دليل المصطلحات والمفاهيم الأساسية

في العلوم الإدارية، المالية والمصرفية، التسويق



الأستاذ الدكتور

عمر وصفي عقيلي

رئيس جامعة الشهباء الخاصة

حلب

مكتبة الجامعة

UNIVERSITY BOOK SHOP

الشارقة

إثراء للنشر و التوزيع

Ithraa Publishing and Distribution

الأردن

دليل المصطلحات والمفاهيم الأساسية

في العلوم الإدارية، المالية والمصرفية، التسويق

الأستاذ الدكتور

عمر وصفي عقيلي

رئيس جامعة الشهباء الخاصة

حلب

الطبعة الأولى

2013



مكتبة الجامعة

UNIVERSITY BOOK SHOP

الشارقة



إثراء للنشر و التوزيع

Ithraa Publishing and Distribution

الأردن

الطبعة الأولى
2013

المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع لدى دائرة
المكتبة الوطنية
(2013/2/593)

658.4
عقيلي، عمر وصفي
دليل المصطلحات والمفاهيم الأساسية الإدارية المالية والمصرفية والتسويق/ عمر وصفي عقيلي عمان: إثراء للنشر والتوزيع، 2013
( ) ص
ر.أ. (2013/3/593)
الواصفات: / العلوم الأدارية // الأقتصاد/

❖ أعدت دائرة المكتبة الوطنية بيانات الفهرسة والتصنيف الأولية
❖ يتحمل المؤلف كامل المسؤولية القانونية عن محتوى مصنفه ولا يعبّر هذا المصنف عن رأي دائرة المكتبة الوطنية أو أي جهة حكومية أخرى

Tel: 00962 6 5353616
00962 6 5353626
Fax: 00962 6 5353696
شارع الملكة رانيا- مجمع خليفة- ط3
مقابل البوابة الرئيسية للجامعة الأردنية
Ithraa2007@yahoo.com
www.ithraajo.com



إثراء للنشر و التوزيع
Ithraa Publishing and Distribution
احدى شركات نمو العلمية

بسم الله الرحمن الرحيم

هذا من فضل ربي

بسم الله الرحمن الرحيم

الإهــــــداء

إلى روح والديّ ، ربي إرحمهما كما ربياني صغيرا وأسكنهما فسيح جناته .

إلى زوجتي وشريكة حياتي التي قامت بنسخ وترتيب هذا الدليل .

إلى أولادي نور حياتي : وسام ، باسم ، تامر ، ساري.

المؤلــف
الأستاذ الدكتور عمر وصفي عقيلي

تقديم

الحمد لله رب العالمين الذي أعانني ومنحني العزم والصبر لمدى خمس سنوات ، المدة التي إستغرقها إنجاز هذا الدليل وهذا العمل ، الذي قرأت من أجل إعداده أكثر من مائتين وخمسين مرجعاً وكتاباً ومعجماً وباللغتين الإنجليزية والعربية ، لمؤلفيها الذين لا يتسع المجال هنا لذكر أسمائهم لكثرة عددهم ، أتقدم لهم بالشكر والعرفان .

لقد تم تدقيق معاني المفاهيم والمصطلحات التي إشتمل عليها هذا الدليل في أكثر من مصدر ، وذلك من أجل ضمان الدقة والموضوعية ، اللتان كانتا هاجسي الرئيس الذي لازمني طوال فترة إعداده ، وتوخياً للأمانة العلمية التي أنشدها في مسيرتي الأكاديمية والتعليمية على مدى خمس وثلاثين سنة ، وإن كانت هناك بعض الأخطاء المطبعية فليسامحني القارىء ، فالكمال لله وحده سبحانه وتعالى .

لقد حاولت أن يغطي هذا الدليل أكثر ما يمكن من المصطلحات والمفاهيم الأساسية في مجالات العلوم الإدارية ، والمالية ، والمصرفية ، والتسويق ، وبعض فروع المعرفة التي لها علاقة وصلة مباشرة بهذه المجالات الثلاثة كالإقتصاد ، والإحصاء وغيرها . إن إعداد الأدلة العلمية عمل لاينتهي وليس له نهاية ويتصف بالصعوبة وبشكل خاص في المجالات المذكورة آنفاً ، بسبب تباين الآراء في بعض الأحيان لكونها تصنف ضمن العلوم الإنسانية ، وهذا يختلف عن إعداد الأدلة في مجالات المعرفة التي تشتمل عليها العلوم الطبيعية كالصيدلة والرياضيات وغيرها ، التي يكون فيها هذا التباين قليلاً ، لأنها تتعامل مع الكثير من المعطيات الثابتة التي لاتتغير .

لقد تم تصنيف المصطلحات والمفاهيم الأساسية التي إشتمل عليها الدليل وفقاً لتسلسل الأحرف الأبجدية الإنكليزية . وكذلك تم تصنيفها ضمن الحرف الواحد حسب هذا التسلسل ، بهدف توفير السهولة الكافية للقارىء الذي يبحث عن معنى ومفهوم كل مصطلح وكل مفهوم .

في الختام أشكر الله وأدعوه أن يساعدني أن أقترب منه بعملي لا بكلماتي ، اللهم يا عالم كل شيء أعطني من العلم بما يمكنني من أن أعلم الآخرين ، وأنير لي دربي كي أنير درب الآخرين طالبي العلم والمعرفة ، اللهم يا فاطر السموات والأرض أعني على قول الصدق والحق ولا أخجل إلا منك ياقاضي الحاجات ياالله .

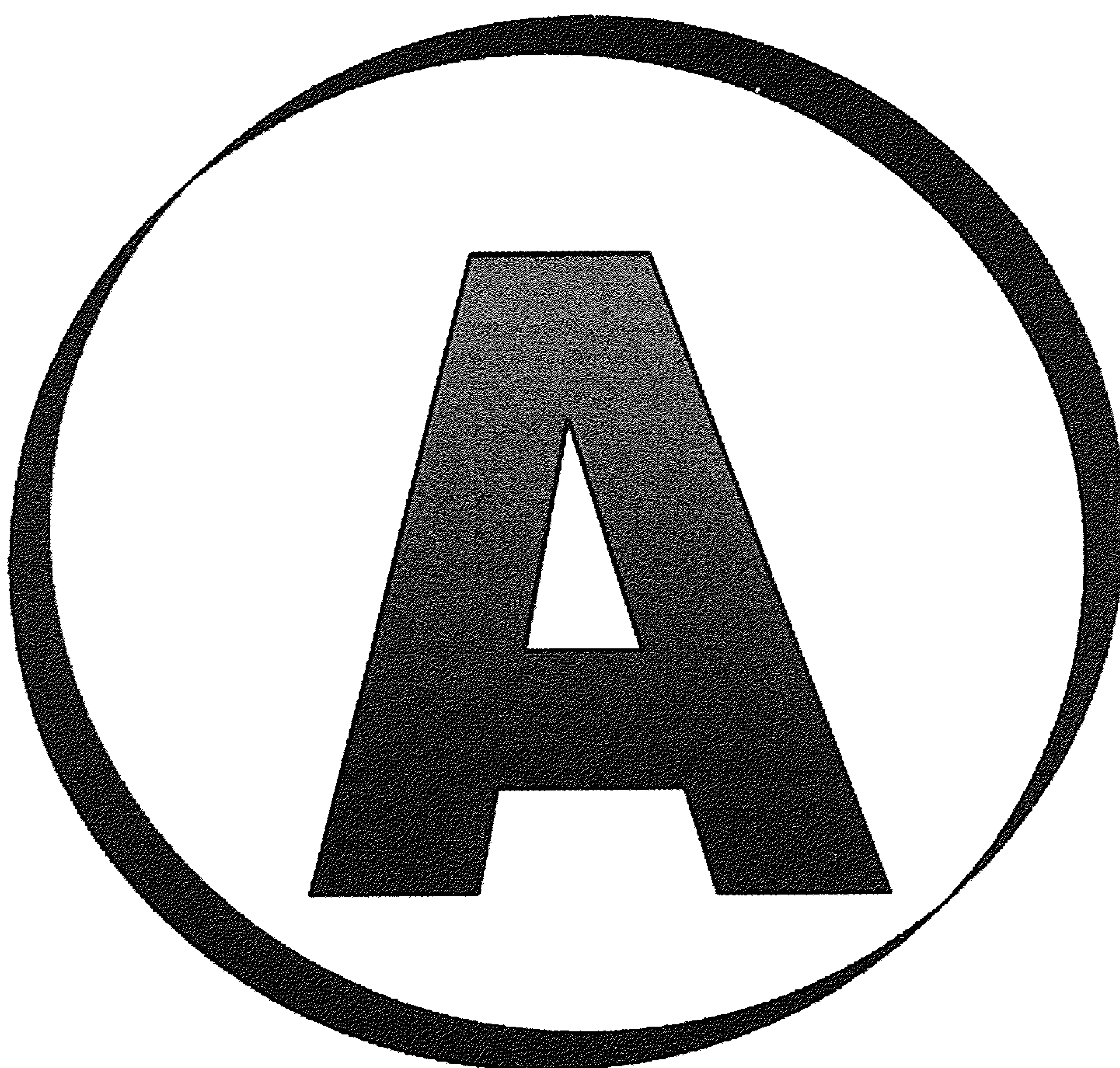
المؤلف

الأستاذ الدكتور عمر وصفي عقيلي

مجالات المعرفة التي يغطيها الدليل

أساسيات الإدارة	السلوك التنظيمي
أساسيات التسويق	إعادة هندسة العمليات
إدارة الموارد البشرية	إعادة الهيكلة التنظيمية
إدارة الجودة الشاملة والأيزو	التوزيع وقنوات التسويق
إدارة المواد	الإدارة العامة والمحلية
الإدارة المالية	إدارة العلاقات العامة
الأسواق المالية	صنع القرارات
المصارف والتمويل	أنظمة المعلومات الإدارية
إدارة العمليات الإنتاجية	فن التفاوض
الإدارة الإستراتيجية	إدارة المحفوظات والسكرتارية التنفيذية
إدارة المبيعات	الإستثمار
إستراتيجيات التسويق	التأمين
الأساليب الكمية في الإدارة	القيادة الإدارية
الدعاية والإعلان	بحوث التسويق
إدارة المشاريع الصغيرة	علم النفس الصناعي

الفهرس



1-Abale Bodied Labor **أفراد قادرون على العمل**

الشخص القادر على العمل ،هو الذي يمتلك القدرة الجسدية ، والنفسية ، والذهنية ، والمهارة ، والدافعية التي يتطلبها جميعها أداء العمل .

2-Abandon the Work Place **هجر مكان العمل**

تعبير يطلق على العامل أو الموظف الذي ترك عمله في المنظمة نتيجة تولد قناعة تامة لديه بترك العمل فيها والعمل في منظمة أخرى أفضل .

3-Abbreviations **المختصرات**

ويسميها بعضهم بالمختزلات ، وهي عبارة عن رموز أو حروف تدل على معاني معينة ، أو أشياء مادية ، تستخدم في مجالات كثيرة مثل الكتابة والنسخ ، تخزين المواد وغيرها . فعندما نقول مثلاً (M.B.O) هذا إختزال لثلاث كلمات هي الإدارة بالأهداف Management by Objectives .

4-A,B.C, Method **الأسلوب الهجائي**

هو أحد أساليب الترتيب الذي يستخدم في مجالات كثيرة ، حيث يتم الترتيب بشكل متسلسل حسب الحروف الهجائية .

5-Ability **القدرة**

تعبر القدرة عن وجود إمكانية وإستعداد وقابلية لدى من يمتلكها لأداء عمل معين ، وهي موروثة وليست مكتسبة ، ويسميها بعضهم بالموهبة كالرسم مثلاً . فالذكاء العالي كقدرة تمكن من يمتلكها أداء أعمال ومهام معقدة تحتاج إلى مستوى عالي من الإدراك والفهم والذكاء . وبشكل عام القدرة لدى الإنسان الذي يعمل يمكن تحسينها وصقلها ، لكن ليس بالإمكان خلقها من العدم لديه .

6-Ability Test **إختبار القدرة**

إختبار تجريه إدارة الموارد البشرية في المنظمة لإنتقاء أفضل المتقدمين للعمل من أجل تعينهم . ويهدف إلى الكشف عن مدى توفر قدرة معينة أو أكثر لدى المتقدم للعمل من أجل التنبؤ وتحديد إمكانيته على أداء عمل معين . فالفرد الذي يمتلك قدرة عالية من الذكاء مثلاً ، سيكون لديه إمكانية أداء أعمال صعبة ودقيقة .

7-Ability to Pay **القدرة على السداد**

تمثل إمكانية وقدرة المنظمة (أو المقترض) على سداد إلتزاماها المالية في تواريخ إستحقاقاها وقدرة السداد لها علاقة بالسيولة النقدية وتخطيطها ، أي التدفقات النقدية الداخلة والخارجة للمنظمة .

8-Ability to Understand Spatial Relationship Test **إختبار القدرة على فهم العلاقة بين الحجم والفراغ**

أحد الإختبارات التي تستخدم في قياس المقدرة الذهنية لدى الإنسان ، حيث يركز ويسعى إلى كشف مدى قدرته على ربط حجم الشيء مع حجم فراغ معين لمعرفة مطابقته له ، أي فهم وإدراك العلاقة بين الأشكال الهندسية وتخصيص فراغات تتوافق معها . فعلى سبيل المثال إذا كان حجم الشيء مربعاً وضلعه 10سم ،لا يمكن وضعه إلا في فراغ بنفس المقاسات . ويستخدم هذا الإختبار مع مهندسي التصميم الهندسي ، وتخطيط مكان العمل .

9-Absent Management — الإدارة الغائبة

هي الإدارة التي لا يتوفر لديها القدر الكافي من المعلومات الموضوعية والدقيقة عن المواقف المتعلقة بالبيئة الداخلية والخارجية ، فلا تتمكن من ممارسة وظائفها وصنع قراراتها بشكل فعال ، لأن الرؤية أمامها عن الوضع الراهن والمستقبلي غير واضحة .

10-Absent Ownership — الملكية الغائبة

ويقصد بها إنفصال ملكية المنظمة عن إدارتها ، فمع تضخم حجم منشآت الأعمال وخاصة الشركات المساهمة وإتساع نطاق أعمالها ونشاطاتها ، أصبحت بحاجة إلى مديرين محترفين يديرون هذا الحجم الكبير من العمل بدلاً من الملاك ، الذين لم يعد بإستطاعتهم وإمكاناتهم ووقتهم إدارة هذا الحجم ، لذلك سميت بالملكية الغائبة عن الإدارة ، على إعتبار أن هناك مديرين يقومون نيابة عنهم بإدارة منشآتهم .

11-Absenteeism Rate — معدل الغياب عن العمل

الغياب هو المدة الزمنية التي ينقطع الموظف أو العامل خلالها عن عمله ، ويعتبر مشكلة تكاد غالبية المنظمات تعاني منها ، مع الإشارة إلى أن معدل الغياب يتفاوت من واحدة لأخرى . ويعزو المفكرون سبب إرتفاع هذا المعدل ، إلى ضعف إلتزام وإنتماء العاملين للمنظمة التي يعملون فيها . ويقاس معدل الغياب عن العمل من خلال المقياس التالي :

$$\frac{\text{عدد أيام (ساعات) الغياب عن العمل خلال فترة زمنية}}{\text{متوسط عدد العاملين خلال الفترة الزمنية} \times \text{عدد أيام العمل خلال الفترة الزمنية}}$$

$$\text{المتوسط} = \frac{\text{عدد العمال في أول الفترة} + \text{عدد العمال آخر الفترة}}{2}$$

12-Absortive Capacity of Economic — طاقة الإقتصاد الإستيعابية

يقصد بها قدرة وإمكانات إقتصاد ما على إستغلال ما هو متاح أمامه من إستثمارات محلية وأجنبية . وتشتمل هذه الإمكانات على القدرات البشرية الفنية ، والإدارية ، والإجتماعية ، والسياسية .

13-Abuse of Authority **إساءة إستعمال السلطة**

ظاهرة شائعة في الأجهزة الحكومية ، وتعني إستغلال صاحب السلطة لسلطته لقضاء مآرب شخصية خاصة به ، وتعد هذه الظاهرة من مظاهر الفساد الإداري في جهاز الإدارة العامة في الدول ، وبشكل خاص في الدول المتخلفة .

14- Academic Attainment Test **إختبار التحصيل العلمي**

فحص يخضع له المتقدمون للتوظيف في المنظمات ممن يحملون شهادات علمية من بعد الشهادة الثانوية العامة ، حيث يُجرى لهم هذا الفحص لتحديد مستوى إلمامهم في التخصص الذين يحملون شهادته ، ومعرفة مدى ملاءمتهم للتعيين في الوظيفة المتقدمين لشغلها ، ويستخدم هذا الإختبار من قبل إدارة الموارد البشرية في المنظمة .

15-Academic Leave **إجازة دراسية**

منح الموظف أو العامل إجازة من أجل الدراسة والتحصيل العلمي كحافز له ، وكأداة لتنمية العاملين في المنظمة ، ورفع مستوى تأهيلهم وتحصيلهم الأكاديمي . وتختلف شروط منح هذه الإجازة من منظمة لأخرى فيما يخص مدتها ، وفي ما إذا كانت براتب أو غير راتب .

16-Accelerated Cargo **الشحن المستعجل**

نقل مادة أو بضاعة ...الخ من مكان لآخر داخلياً أو خارج الدولة بصفة عاجلة جداً ، وبوسائط نقل سريعة هي الطائرات عادة .

17- Accelerated Training **التدريب المُسَرّع**

مدخل يستخدم من أجل تهيئة الجو والمناخ التدريبي المادي والمعنوي الجيدان ، ليتمكن المتدربون من الإستفادة القصوى والسريعة مما يتدربون عليه ، وكذلك ليتمكن المدربون من إعطاء ما لديهم للمتدربين بفاعلية . وبالتالي يسعى هذا المدخل إلى توفير : الهدوء ، مستلزمات التدريب المناسبة ، التحفيز ، التشويق .... الخ .

18-Acceleration Clause **شرط التعجيل**

شرط يتضمنه العقد ينص ، على أن الرصيد المستحق المتبقي يصبح مستحقاً للسداد الفوري ، في حالة عدم الوفاء ببعض الشروط الأخرى التي يتضمنها العقد .

19-Acceptance Credit **إعتماد القبول**

إعتماد مستندي يتضمن شرطاً بالدفع المؤجل ، بموجب سحب أوأكثر يسحبه المستفيد (البائع) على فاتح الإعتماد (المشتري) ويقبله الأخير ويستحق الدفع في الموعد الذي يُنص عليه في الإعتماد .

20-Acceptance Sample **عينة القبول**

طريقة إحصائية تستخدم في مجال فحص جودة المنتج النهائي أو صنفاً من المواد المشتراة . ويتم ذلك من خلال أخذ عينة عشوائية من المنتج أو المادة المراد فحصها ، فإذا أثبت الفحص بأنها مطابقة لمعايير الجودة والمواصفات عندئذ تقبل كامل الكمية .

21-Account Balance **رصيد الحساب**

هو المكمل الحسابي اللازم لجعل إجمالي الأرقام المدينة تتساوى مع إجمالي الأرقام الدائنة .

22-Account Number **رقم حساب مصرفي**

رقم معين يعطيه المصرف لعميل (زبون) يفتح لديه حساباً جارياً (أو إدخار) ، وفقاً لنظام ترقيم معين لحسابات المصرف .

23-Account Receivable Turnover **معدل دوران الذمم**

هو أحد نسب التحليل المالي الذي يقاس عن طريق : $\frac{\text{المبيعات الآجلة سنوياً}}{\text{متوسط الذمم}}$ ،حيث يشير المعدل المنخفض إلى بطء وصعوبة في عملية تحصيل الذمم المدينة ، والعكس صحيح .

24-Account Statement **كشف حساب**

بيان يرسله المصرف لعملائه في فترات دورية أو متفق عليها ، يظهر فيه حركة حساباتهم (إيداع وسحب) خلال الفترة المنصرمة والرصيد في نهايتها .

25- Accountability **المساءلة**

حق يمتلكه الرؤساء في أن يحاسبوا مرؤوسيهم في أداء المهام الموكلة إليهم من قبلهم ، وبالتالي فالمساءلة كحق نابع من الصلاحية أو السلطة في محاسبة المرؤوسين .

26-Accounting Information System **نظام المعلومات المحاسبي**

يعمل هذا النظام على جمع كافة البيانات المالية المتعلقة بعمل المنظمة ، ومعالجتها إلكترونياً ، وتحويلها إلى معلومات محاسبية تخدم التحليل المالي ، وإعداد الميزانيات ، وصانعي القرارات ، ومدققي الحسابات ، وحملة الأسهم ..الخ . وتتمحور هذه المعلومات التفصيلية حول العمليات التي حدثت في المنظمة ، وتاريخ وزمن حدوثها ، والتأثير الذي أحدثته ، والمبالغ النقدية الخاصة بها .

27-Accrued Leave **الإجازة المستحقة**

هي عدد الأيام التي يحق للعاملين أن ينقطعوا خلالها عن أعمالهم في المنظمة ، كإجازة مستحقة لهم بموجب قانون العمل أو النظام الداخلي للمنظمة ، وذلك في السنة الواحدة وبراتب أو أجر .

28-Accumulative Leave الإجازة المتراكمة

تجيز بعض قوانين العمل ، وبعض أنظمة المنشآت الداخلية للعاملين الذين لم يستهلكوا كامل أيام إجازاتهم السنوية المستحقة لهم ، أن يدوروها أو ينقلوها للسنة أو السنوات التالية ، حيث يمثل رصيد الإجازة ما يلي : عدد أيام الإجازة السنوية المستحقة للعام الحالي مضاف إليها رصيد أيام الإجازة للسنوات السابقة التي لم تستخدم .

29-Achievement Carrer Path مسار المستقبل الوظيفي على أساس الإنجاز

في ظل إحتمالات تسريح العاملين (الموارد البشرية) من العمل في المنظمات بهدف تخفيض تكلفة العمل وما يصاحب ذلك من عدم إمكانية الموظفين بلوغ نهاية المسارات الوظيفية التنظيمية ، ظهر مفهوم جديد للمسار الوظيفي التنظيمي وهو مسار الإنجاز الذي لا يشترط بقاء الموظف لفترة محددة من الزمن (الأقدمية) ليرقى إلى وينقل لوظيفة أعلى . فقد ركز هذا المسار الجديد على أن تكون الترقية والإنتقال إلى وظيفة أعلى أخرى واقعة على خط المسار ، معتمدة على النجاحات والإنجازات التي يحققها الفرد في وظيفته الحالية ، بغض النظر عن المدة الزمنية التي قضاها فيها . في هذه الحالة نجد أن طول الفترة الزمنية اللازمة لبلوغ الموظف نهاية مسار خدمته ومستقبله الوظيفي التنظيمي يتوقف على إنجازاته ، إذ كلما زادت نجاحاته وإنجازاته ساعد ذلك على سرعة الترقية والإنتقال للأعلى وبلوغه نهاية المسار ، وبالتالي فبلوغه نهاية المسار غير متوقف على بلوغه سن التقاعد ، وهذا يقودنا إلى معلومة هي أنه في ظل هذا المسار سنجد موظفين يبلغون نهاية المسار في أعمار مبكرة نسبياً .

30- Achievement Test إختبار الإنجاز

يستخدم هذا النوع من الإختبارات في مجال عمليات إختيار وتعيين الموارد البشرية في المنظمات،ويهدف ويسعى إلى الكشف عن مدى توفر مهارة أو معرفة معينة أساسية لا غنى عنها ومطلوبة للتوظف في وظيفة معينة أو أكثر لدى المتقدمين لشغلها أو العمل فيها . وعليه يركز هذا الإختبار على معرفة مستوى المهارات والمعارف التي تعلمها المتقدمون للعمل أو التي إكتسبوها في الماضي، لمعرفة مدى إمكاناتهم على أداء وممارسة عمل معين أو أكثر حاضراً ومستقبلاً .

31-Acid Ratio نسبة السيولة السريعة

هي إحدى نسب التحليل المالي وتقاس عن طريق:

$$\frac{\text{الأصول المتداولة السريعة (الجارية)} - \text{المخزون}}{\text{الخصوم المتداولة}}$$

وتعبر هذه النسبة عن نقدية المنشأة الجاهزة لسداد إلتزاماتها المالية الجارية في مواعيد إستحقاقاتها ، والنسبة المعيارية هي 1 : 1 ، أي كل وحدة نقدية من الإلتزامات الجارية يقابلها وحدة نقدية جاهزة لسدادها .

32-Acquisition Instinct **غريزة التملك**

هي إحدى حاجات الإنسان الفطرية التي تولد معه ، وبالتالي فهي حاجة قوية جداً تظهر لديه وهو في الأشهر الأولى من عمره ، حيث يريد الحصول على أي شيء يثير فضوله . وهذه الغريزة تخص الأشياء المادية التي يرغب الإنسان في حيازها .

33- Acquisition strategy **إستراتيجية الإستحواذ**

إحدى الإستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات في مجال الإدارة الإستراتيجية ، وتهدف إلى شراء منظمة ما لمنظمة (أو منظمات) أخرى تكون في العادة أقل منها حجماً وموارداً ، من أجل توسيع أعمالها ، أو القضاء على منافستها لها ، أو من أجل إحداث التكامل العمودي للأمام لضمان منافذ توزيع لمنتجاتها ، أو التكامل إلى الوراء بشراء منظمات تزودها بإحتياجاتها من المواد . ويتم الإستحواذ إما بالشراء الودي المباشر، أو عن طريق السوق المالي بإمتلاك أسهم المنظمة التي يراد الإستحواذ عليها .

34- Action Learning and Training **التعلم و التدريب الفعلي**

منهجية في مجال التعلم والتدريب تقوم على تحديد مضمون المادة التعليمية التدريبية مما يحدث في الواقع العملي ، حيث يقدم للمتدربين حالات أو مواقف أو قضايا موجودة في الواقع ، ويطلب منهم دراستها وإبداء الرأي حيالها ، وإتخاذ قرارات بشأنها . بعد ذلك يقيم الأداء وقرارات المتدربين وتوضح الثغرات الموجودة فيها ، وكيف يتلافونها في العمل .

35-Action Learning for Managers **العمل التعليمي للمديرين**

أسلوب يستخدم في مجال تدريب المديرين كبديل لأسلوب الدوران الوظيفي Job Rotation بموجبه تتعاون شركتين أو أكثر مع بعضها بعضاً على أن يستقبل كل منها عدداً من مديري الشركة أو (الشركات) الأخرى لفترة زمنية محددة ، يمارسون لديها عدداً من الأعمال . الغاية من ذلك إطلاع المدير المتدرب على تجارب وأجواء عمل مغايرة لجو عمله ، لتمكينه من إكتساب مهارات وثقافات جديدة منها. يتميز هذا الأسلوب بأنه يحرر المدير المتدرب من ضغوط جو عمله،ويجعله يخالط أناساً جدداً ، ويطلع على مشكلات مغايرة لمشكلات عمله الأصلي ، الأمر الذي يساعده على تعلم خبرة ومعرفة ومهارة جديدة .

36- Action Oriented **النجاح بالفعل لا بالكلام**

مصطلح يعبر عن معيار لقياس وتقييم مدى النجاح في أداء وتصرفات الفرد من خلال النتائج التي حققها وهو يطرح السؤال التالي : هل نجح ما خطط له ، ونفذ المطلوب ، وحقق النتائج المرجوة ، أم كان ذلك مجرد شعارات .

37-Active Account **حساب مصرفي نشط**

ويسميه بعضهم بالحساب المتحرك ، ويقصد به حساب مصرفي لزبون أو عميل ، فيه حركة مستمرة من إيداع المال فيه والسحب منه .

38-Active Customer — الزبون الفعال

هو الزبون الذي لديه ولاء للسلعة أو الخدمة ، أي مضى فترة زمنية معينة على إستخدامه لها ومازال يستخدمها ، ومتوقع له الإستمرار في إستخدامها مستقبلاً ، وبغض النظر عن كمية مشترياته .

39-Active Imagination — التصور (التخيل) النشط

هو أحد الإختبارات التي تُستخدم في التعرف على نمط الشخصية الإنسانية ، وقد إستمد من الوسائل التي يتبعها أطباء النفس مع مرضاهم اللذين لا يعرفون مضمون نفسهم وشخصيتهم ، ولا يعرفون أيضاً ماذا يريدون ، فيطلبون من مرضاهم ويشجعوهم على الكتابة ، والرسم ، والنحت، ليُفرغوا ما في أنفسهم، وذلك كوسيلة للوصول إلى فهم الذات . فعملية الرسم أو النحت أو الكتابة ...الخ ، يُفرغ المريض (أو الشخص الذي يجري التعرف على نمط شخصيته) ما في نفسه ، فيمكن معرفة مضمون ذاته أو شخصيته .

40-Active Partner — الشريك المتضامن

هو أحد ملاك أو أصحاب رأس مال شركة التضامن ، الذي يكون مسؤولاً مع باقي الشركاء عن إدارة شركتهم ونتائج أعمالها سواء بالربح أو بالخسارة ، وبالتالي فمسؤوليته المالية مع باقي الشركاء في حالة إفلاس الشركة تطال ممتلكاته الخاصة المنقولة وغير المنقولة .

41-Activity — فعالية (نشاط)

نشاط أو وظيفة رئيسة داخل المنظمة ، تتكون من مهام متعددة فرعية ، يؤديها مجموعة من الأفراد، يقودهم شخص واحد (مدير ، رئيس ،...الخ) ويعملون ضمن وحدة إدارية واحدة أو أكثر ، من أجل تحقيق هدف محدد بشكل مسبق . في ضوء ذلك لا يمكن أن نسمي عمل الفرد الواحد ، أو الفريق فعالية ، بل نسميه وظيفة أو عمل (Task , Job) .

42- Activity- Based Costing — التكاليف على أساس النشاط

أسلوب جديد إستخدم في محاسبة التكاليف ، حيث يعمل على قياس تكاليف الأنشطة أو المراحل التي يمر بها تصنيع المنتج أو تقديم الخدمة . ويتميز عن محاسبة التكاليف التقليدية ، في أنه يحسب التكاليف غير المباشرة بدقة أكبر . ويستخدم هذا الأسلوب أربعة أنواع من التكاليف هي :

1 -الإنفاق النقدي المباشر (مواد أولية ، صيانة ... الخ) .
2 -تكاليف اليد العاملة (رواتب وأجور ، حوافز ... الخ) .
3 -التكاليف غير المباشرة (إستهلاك آلات غير إنتاجية ، إيجار مرافق عامة ، تكاليف الشؤون القانونية ... الخ) .

4 -التكاليف الرأسمالية لسنة واحدة (إستهلاك الآلات).

43- Activity Sampling Control **مراقبة الفعالية أو النشاط بالعينة**

طريقة تستخدم في مجال الرقابة على الإنتاج ، بموجبها تتم متابعة مراحل العمل الإنتاجي للآلات والعمليات والعمال في فترات معينة (عينات) متكررة من الزمن وتسجيل النتائج ، وذلك وفق خطة موضوعة لذلك . ويتم في كل مرة تسجيل ما يعاين في فترة معينة . وتعتبر نسبة النتائج التي تم تسجيلها دالة على النسبة الفعلية لزمن النشاط أو الفعالية وزمن التلكؤ ، وتسمى هذه الطريقة أيضاً بدراسة نسبة التأخير .

44-Actual Inventory **الجرد الفعلي**

هو حصر أرصدة أو كميات الموجودات المخزنية فعلياً وعلى أرض الواقع ، وذلك من خلال مطابقة الأرصدة الدفترية على الموجودة فعلاً في المخزن .

45-Actual Production Capacity **طاقة الإنتاج الفعلية**

تمثل طاقة الإنتاج المتاحة أو الممكنة فعلاً خلال فترة زمنية محددة ، ويتم حسابها عن طريق : الطاقة الإنتاجية النظرية لخط الإنتاج (أو الآلة أو المنظمة) ، مطروح منها الطاقة الفاقدة (العطلات) في نفس الفترة الزمنية .

46-Adaptation of Behavior at Workplace **تكييف السلوك في مكان العمل**

تغيير سلوك الشخص بنمط سلوكي معين ، ليتوافق مع سلوك جماعة ، ذلك لأن كل جماعة أو فريق (أو مجتمع) لها / له قواعد سلوكية محددة ، يجب الإلتزام بها من قبل أعضائها .

47- Adaption Strategy Model **نموذج إستراتيجية التكيف**

توجه إستراتيجي (في مجال الإدارة الإستراتيجية) تتبناه المنظمات من أجل تكييف ظروفها وإمكاناتها الحالية (بيئتها الداخلية) مع ظروف البيئة الخارجية التي تعمل في كنفها . ويشتمل هذا التوجه على عدد من الإستراتيجيات أهمها : إستراتيجية الدفاع أو المدافع ، إستراتيجية توقع الإحتمالات ، إستراتيجية التحليل . والغاية من هذه الإستراتيجيات المحافظة على الوضع الحالي للمنظمة في تعاملها مع بيئتها الخارجية .

48-Adaptive-Response Behavior **سلوك الإستجابة التكيفي**

مجموعة السلوكات المطلوب تبنيها من قبل العاملين في المنظمة ، من أجل التكيف مع الظروف والمواقف التي تواجههم في حياتهم العملية فيها ، سواء على مستوى وظائفهم ، أو على مستوى المنظمة ككل . فصفة التكيف في الوقت الحاضر ، هي صفة يتوجب على العاملين أن يتحلوا بها ، بسبب كثرة التغيرات وسرعتها التي تحدث في البيئة ، والتي توجب على المنظمات التكيف معها سريعاً . فعلى سبيل المثال

يتوجب تخفيف نزعة الذات ، والإبتعاد عن الإنعزالية ، وتحمل المسؤولية الجماعية عندما تغير المنظمة أسلوب عملها من فردي إلى فرق عمل .

49- Added Value **القيمة المضافة**

هي أحد الأساليب الشائعة التي تستخدم في تقييم الأداء المؤسسي أو الكلي للمنظمات (أو لأحد أنشطتها) وتحسب عن طريق طرح التكاليف الكلية من الإيراد الذي حققته المنظمة خلال فترة زمنية محددة هي السنة عادة . وتعد القيمة المضافة مؤشراً على قدرة المنظمة على توليد الأرباح ، حيث كلما إرتفعت ، دل ذلك على نجاحها في إستخدام وإستثمار مواردها .

50- Ad-Hoc Committees **لجان خاصة (مؤقتة)**

إحدى أنواع اللجان التي يتم تشكيلها لأداء مهمة معينة . أو دراسة موضوع معين ، أو حل مشكلة ما ...الخ ، وتحل تلقائياً بعد إنتهائها من أداء مهمتها ، وبالتالي يمكن القول بأنها لجنة مؤقتة وهي لا تظهر في الهيكل التنظيمي للمنظمة .

51-Adjustable –Rate Mortgage loan **قرض الرهن ذي معدل الفائدة المتغير**

بموجب هذا النوع من القروض ، يتم تعديل سعر فائدة القرض بشكل دوري ، بما يتفق مع أداء مؤشر يتم إختياره بعناية . ليعكس أسعار الفائدة في السوق على مدى الأجل القصير.

52- Administrated prices **الأسعار المدارة**

هي الأسعار التي يحددها المنتج أو البائع وتكون سارية المفعول لمدة زمنية دون تعديل ، ودون التقيد بإتجاهات العرض والطلب في السوق والمنافسة السعرية فيه .

53-Administration **الإدارة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Management

مع الإشارة إلى أن بعضهم يطلق هذا المصطلح على الإدارة التي تستخدم في الأجهزة الحكومية التي يسمونها بالإدارة العامة Public Administration .

54-Administrative Communications **الإتصالات الإدارية**

ويقصد بها الإتصال الرسمي الذي يتم بين المديرين والرؤساء في مختلف المستويات الإدارية ، والذي يكون في ثلاثة إتجاهات من الأعلى للأسفل ، وبالعكس ، وأفقياً .

55-Administrative Corruption **الفساد الإداري**

هو إساءة إستعمال الموظف (مدير ، رئيس، ..الخ) للسلطة الرسمية أو الدور الوظيفي المسند إليه ، من أجل تحقيق مكاسب شخصية له ، وذلك بطريقة مخالفة للقوانين والأنظمة ، أو للمعايير الأخلاقية . وهناك

نماذج وأشكال مختلفة للفساد منها على سبيل المثال : الرشوة ، إساءة إستعمال ممتلكات المنظمة ، المحسوبية ...الخ .

56- Administrative Skills — المهارات الإدارية

هي التي تتشكل منها المعرفة والقدرة المطلوبتان من أجل أداء الوظائف الرئاسية الإدارية ، وبالتالي يجب عدم الخلط بينها وبين صفات القيادة الإدارية ، فالمهارات الإدارية تمكن شاغلي الوظائف الرئاسية من تنفيذ المهام المناطة بهم بشكل فعال ووفق ما هو مطلوب . فهذه المهارات تمكن الرئيس من ممارسة التخطيط والتنظيم والرقابة وتنفيذ السياسات وتطبيق الأنظمة بشكل كفؤ وفعال .

57-Advance on Wage or Salary — سلفة على الراتب أو الأجر

مبلغ من راتب أو أجر الموظف أو العامل يطلب الحصول عليه قبل تاريخ إستحقاق راتبه أو أجره ، ويتم حسمه أو إقتطاعه في تاريخ أو عند إستحقاقه . في هذه الحالة نجد أن سلفة الراتب هي قرض بدون فائدة لفترة زمنية قصيرة جداً يحصل عليه الموظف من المنظمة التي يعمل فيها بضمان راتبه .

58-Advanced Decline Theory — نظرية الإرتفاع والإنخفاض

هي إحدى نظريات تحليل الأوراق المالية في السوق المالي التي تقوم على فكرة القياس التراكمي لصافي الفرق بين عدد الأسهم التي حققت إرتفاعاً في الأسعار ، وعدد تلك التي عانت من إنخفاض في أسعارها ، وذلك لمجموعة محددة من الأسهم المتداولة في السوق . إن طرح عدد الإنخفاضات وعدد الأسهم التي إنخفض سعرها ، من عدد الإرتفاعات المحققة يعطينا صافي الإرتفاع الذي شهده يوم التداول ، مع الإشارة إلى أن الناتج قد يكون سلبياً في حالة تجاوز عدد الإنخفاضات الحاصلة لعدد الإرتفاعات المحققة في أسعار الأسهم . ويشير خط الإرتفاع والإنخفاض إلى سعة السوق ، وهذا الخط يمكن أن يعبر عن أرقام تداول يومية أو أسبوعية .

59-Advanced-Decline Volume Theory — نظرية حجم الإرتفاع والإنخفاض

هي إحدى نظريات تحليل السوق المالي ، التي تنظر إلى حجم التداول في سوق الأوراق المالية بإعتباره المؤشر المهيمن على تحديد إتجاه السوق ، حيث يعتبر إرتفاع حجم التداول مع بقاء العوامل الأخرى ثابتة ، مؤشراً على النزعة الصعودية التي تميز الأداء الكلي في السوق . أما إقتران حجم التداول مع إرتفاع أسعار الأوراق المالية ، فهو إشارة إلى نزعة صعودية أكثر حدة .

60-Advanced Notice Deposit — وديعة بإخطار سابق

مبلغ من المال يودعه العميل لدى المصرف لفترة زمنية محددة ، يتيح له إمكانية السحب منه بشرط أن يُخطر المصرف مسبقاً قبل موعد السحب بفترة متفق عليها ، مع تحديد المبالغ التي يرغب العميل المودع بسحبها . هذا الترتيب يتيح للمصرف فرصة تدبير الأموال دون تحمله لتكاليف إضافية ، لذلك يدفع

المصرف عن هذا النوع من الودائع فائدة تختلف معدلاتها مع إختلاف مدد الإخطار بالسحب المتفق عليها.

61-Advertising **إعلان**

فكرة (أو أكثر) مكثفة واضحة وسهلة عن سلعة أو خدمة ، يتم ترجمتها فنياً بشكل مرئي أو سمعي ، من أجل إحاطة السوق (المستهلكين) بها ، بإستخدام وسيلة إعلان مناسبة (تلفاز ، راديو ، مجلة ...الخ) بشكل جذاب ومثير للإهتمام ، لإحداث القناعة لديهم بشرائها . يُفهم من ذلك أن الإعلان وسيلة إقناعية لشراء السلعة أو الخدمة . والإعلان الجيد اليوم يؤكد على ضرورة صدق المادة الإعلانية ، إحتراماً للمستهلك ، وخلق الثقة لديه بالمعلن .

62-Advertising Agency **وكالة إعلان**

منشأة متخصصة تعمل في خدمة النشاط الإعلاني للمعلنين ، فتتولى عنهم تخطيط وتصميم وتنفيذ الحملات الإعلانية لسلعهم وخدماتهم ، وتشتري لحسابهم الحيز الإعلاني من دور النشر ، والإذاعة، والتلفزيون وغيرها ، وذلك لقاء عمولة مالية تتقاضاها منهم عن جهودها وأتعابها .

63-Advertising Allowances **مسموحات (خصم) الإعلان**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Advertising Discout

خصم الإعلان

64-Advertising Appeal **جاذبية الإعلان**

هي النواحي أو الجوانب الفنية التي تشتمل عليها الرسالة الإعلانية للسلعة أو الخدمة ، بحيث تثير إنتباه المستهلك للإعلان وفضوله ، وتجذبه لمتابعة الإعلان وما يحتويه .

65-Advertising Appropriation **الإعتماد (المخصص) المالي الإعلاني**

مبلغ من المال تخصصه أو ترصده وظيفة التسويق من ميزانية الترويج ، من أجل الإعلان عن سلعة أو خدمة خلال فترة زمنية محددة قبل وبعد طرحهما في السوق للبيع .

66-Advertising Discount **خصم الإعلان**

تخفيض على شكل نسبة مئوية من قيمة البضاعة يمنحه المنتجون لتجار الجملة أو التجزئة ، لقاء قيامهم بالترويج (الإعلان) عن السلعة التي إشتروها منهم ، من أجل تسويقها.

67-Advertising Lay-Out Man **مخرج الإعلان**

شخص فني متخصص يخرج الإعلان بصورته النهائية إلى حيز الوجود . فيقوم بتجميع أجزاء الإعلان التي أعدها فنانو الإعلانات (كل حسب إختصاصه) ، وينسقها في الحيز الإعلاني المقرر سواء أكان مساحة أو وقتاً ، بحيث يحقق الفكرة التي وضعها مصمم الإعلان من قبل .

68- Advertising of Performance Contracts — إعلان عقود الأداء

هو أحد أدوات إستقطاب القوى العاملة من سوق العمل ، ويوجه عادة إلى العمالة المؤقتة . ويتضمن معلومات عن الأعمال المؤقتة المطلوب إنجازها أو أدائها خلال فترة زمنية محددة تمثل مدة عقد العمل . ويوضح هذا الإعلان هدف العمل المؤقت ، وكيف يتم إنجازه خلال الفترة المحددة ، وكيف سيتم تقييم هذا الأداء . ويتم تحديد مدى ملاءمة طالب العمل في ما بعد ، من خلال مقابلة يجريها معه المدير المسؤول عن العمل المؤقت .

69-Advertising Research — بحوث الإعلان

دراسة تقوم بها إدارة التسويق في مجال الترويج للسلع ، ويتم فيها إستكشاف وتحديد العدد التقريبي لمستهلكي السلعة وموقعهم الجغرافي ، ومستوى تعليمهم وثقافتهم وعاداتهم وتقاليدهم ، حيث في ضوء هذه الأمور يجري تصميم الرسالة الإعلانية ، وإختيار وسيلة الإعلان المناسبتين لهم ، من أجل جذب إنتباههم بشكل فعال ، ودفعهم لشراء السلعة .

70-Advertising Selectivity — إنتقائية الإعلان

يقصد بها الناس (أو المنظمات) الذين من المتوقع أن يشتروا السلعة (أو الخدمة) ويُدعون بالمستهلكين المحتملين ، الذين سوف توجه إليهم الرسالة الإعلانية . يفهم من ذلك أن الإعلان في هذه الحالة ليس عاماً، بل موجهاً لفئة معينة منتقاة من المستهلكين في السوق ، التي هي من المحتمل أو المتوقع أن تشتري السلعة بعد توجيه الرسالة الإعلانية إليها.

71-Advertisment Campaign — حملة إعلانية

عملية غزو للسوق ، موضوعها سلعة ، أو خدمة ، أو فكرة ،...الخ أو مجموعة مترابطة منها ، توجه إلى فئة معينة من الجمهور أو إلى عدد من فئاته ، بقصد تمكين السلعة أو الخدمة .....الخ ، من أخذ مكانها المناسب والجيد في هذا السوق ، وذلك بتكلفة مقدرة مسبقاً ، وخلال فترة زمنية محددة ، وعلى أساس عدد من النشاطات المتكاملة المدروسة ، التي تسعى إلى تحقيق الغاية المنشودة .

72- Advising Bank — المصرف المُبلِغ للإعتماد

هو المصرف الذي يُطلب إليه تبليغ الإعتماد للمستفيد .

73- Affective Organizational Commitment — الإلتزام التنظيمي الوجداني

يعبر الإلتزام الوجداني عن الإرتباط العاطفي الموجود لدى العاملين تجاه المنظمة التي يعملون لديها وتجاه العمل الذي يمارسونه فيها ، ويكون نابعاً عادة من شعورهم بالإنتماء لها . بالتالي فهذا الإلتزام ليس نابعاً من الخوف أو الطمع بالمكافأة ، إنما هو نابع من الذات والوجدان وعن قناعة .

74- Affiliated Bank — المصرف الشقيق

هو المصرف الذي يساهم مع مصرف آخر في رأس ماله .

75-Affiliative Leadership Style — نمط القيادة الإنتمائي

يتصف القائد في هذا النمط بحب كبير لعمله ولمرؤوسيه وللمنظمة التي يعمل فيها ، وتكون درجة إنتمائه لها عالية ، ويشعر أنه جزءاً منها ومستقبله مرتبط بها . هذه الصفات تنعكس على تعامله مع مرؤوسيه ، حيث تراه عطوفاً عليهم ، ومسانداً وداعماً لهم ، ويسعى جاهداً إلى بث روح الإنتماء والولاء فيهم تجاه عملهم والمنظمة ، ويسعى جاهداً إلى زرع روح التعاون والمحبة بينهم ، ويقوي من مستوى المشاركة ، والحرية ، والمرونة في العمل . إذاً يمكن القول بأن هذا القائد هو قائد أبوي مخلص ، يلقى العنصر البشري الإهتمام الأول لديه ومقتنع تماماً بأسلوب فريق العمل .

76-Affirmative Covenants of Loan — تعهدات القرض الإيجابية

هي التي يطلبها المانح للقرض من المقترض ، وهي عبارة عن إجراءات محددة يطلبها منه . كتقديمه لقوائمه المالية بشكل دوري للمصرف ، أو الإحتفاظ بتغطية تأمينية على القرض ، أو تقديم أصل مرهون لصالح القرض ، أو الإحتفاظ بحد معين من السيولة وحقوق الملكية .

77- After Sale Service — خدمة ما بعد البيع

خدمات يقدمها المنتج أو البائع للمشتري بعد أن يشتري السلعة ، منها على سبيل المثال لا الحصر: الصيانة ، إيصال السلعة لمكان إقامة المشتري ، تركيب السلعة لدى المشتري ، كفالة السلعة لفترة زمنية . وتستخدم هذه الخدمات كحافز يشجع المشترين على الشراء ، وبالتالي يمكن إعتبارها أحد أنواع الترويج.

78- Agency Theory — نظرية الوكالة

تنظر هذه النظرية التي تعبر عن إتجاه فكري في مجال التحفيز الإنساني إلى المديرين في أية منظمة على أنهم بمثابة وكلاء عن ملاكها مفوضون من قبلهم لإدارة العمل التنفيذي فيها وتحقيق أهدافها . وترى بأن هناك تعارضاً بين إهتمام كل من الملاك والمديرين ، فالملاك يسعون دائماً ويطلبون من المديرين تخفيض التكاليف ومن ضمنها تكلفة التعويضات والحوافز المالية من أجل زيادة أرباحهم . في حين أن المديرين يسعون لزيادة الإنفاق في مجال التحفيز المالي ، لأنهم يعتبرون هذا الإنفاق في مجال التحفيز المالي بمثابة إستثمار له عائد يتمثل بإرتفاع مستوى أداء العاملين وزيادة إنتاجيتهم وفاعلية المنظمة وتحقيق هدفها . وعليه يعتبر المديرون أن مسألة الحوافز هي أداة فعالة تساعدهم على الوفاء بالتزامهم تجاه الملاك والعاملين ، وتطلب النظرية من المديرين إيجاد صيغة توفيقية بين إهتماماتهم وإهتمامات الملاك ، عن طريق إيجاد سبل تحفيز مناسبة .

79- Agent — وكيل

مصطلح يستخدم في مجال التسويق ، وبشكل خاص في مجال التوزيع الذي يعتبر أحد عناصر المزيج التسويقي . ويعتبر الوكيل أحد منافذ التوزيع المادي للسلعة في خط سيرها من المنتج إلى المستهلك ، وبالتالي يمكن القول بأن الوكيل مخول ببيع السلعة نيابة عن المنتج . وهنا تجب الإشارة إلى أن السلعة قد تنتقل حيازتها القانونية إلى الوكيل وقد لا تنتقل .

80- Agent - Middleman **الوكيل الوسيط**

هو الشخص (أو الجهة) الذي يتوسط بين البائع والمشتري من أجل إتمام صفقة بيع ، دون أن تنتقل ملكية السلعة إليه مثل : السمسار ، وكيل بالعمولة ، شركة بيع بالمزاد .

81- Aggressive Behavior **سلوك عدواني**

أحد أنواع السلوك الإنساني الذي يستخدمه الإنسان في إزالة المعوقات التي تحول دون إشباعه لحاجاته . ويلجأ إلى إستخدامه في حالتين : الأولى أن شخصيته تتصف بالعدوانية ، وهذا يكون في الغالب وراثياً ، أو عندما يفشل في إشباع حاجاته بسلوكات عادية ، عندئذ قد يلجأ إلى السلوك العدواني من أجل الإشباع وهذا ليس بالأمر المطلق ، بمعنى أنه ليس جميع البشر يلجأون إلى السلوك العدواني لإشباع حاجاتهم عندما يفشلون في إشباعها عن طريق السلوك العادي . ويأخذ السلوك العدواني أشكالاً متعددة منها : الجريمة ، السرقة ، الرشوة ، الوشاية ، النميمة...الخ .

82- Aggressive Personality **شخصية عدوانية**

يقصد بالعدوانية هنا العدائية التي تلون سلوك صاحبها بطابع الهجومية ، فتراه ينتقد الآخرين بشكل لاذع ، ولا يتصف بالصفاء والطيب ، ولا يقيم أهمية للعلاقات الودية مع الآخرين ، ويكون ميالاً للعنف ولا يحبه الآخرون و يتحاشونه .

83-Aggressive Pricing Policy **سياسة تسعير عدوانية**

إحدى سياسات التسعير التي بموجبها يسعر المنتج أو البائع سلعته ، (أو خدمته) بسعر منخفض لا يكون بإمكان منافسيه تسعير سلعتهم بنفس سعره ، والغاية من ذلك تحميلهم خسائر ، وإجبارهم على الإنسحاب من السوق ، أو يكونوا تحت سيطرته ، ويتبعون ما يريده في تسعير سلعهم .

84- Agriculture Bank **المصرف الزراعي**

هو أحد أنواع المصارف المتخصصة في تمويل المشاريع الزراعية والمزارعين بقروض لأمدية زمنية قصيرة ، ومتوسطة ، وطويلة الأجل حسب طبيعة المشروع الزراعي (زراعة موسمية ، زراعة أشجار) وبشروط ميسرة . ويهتم المصرف الزراعي أيضاً بتمويل عمليات تسويق المنتجات الزراعية داخلياً وتصديرياً ، وفتح الإعتمادات المستندية للمزارعين الذين يستوردون المواد والمستلزمات الزراعية ، وتصدير خطابات الضمان ، وتحصيل وخصم الكمبيالات .

85- Agricultural Loans **قروض زراعية**

قروض تمنحها عادة المصارف الزراعية للمزارعين ، لتمويل أعمالهم المتعلقة بزراعة المحاصيل وحصادها ، وتربية المواشي .

86- AIDA **إنتباه ، إهتمام ، رغبة ، عمل**

تعبير مشهور يستخدم في مجال تدريب رجال البيع ، حيث يسهل عليهم حفظ التسلسل الصحيح لما يجب أن يتخذوه في أي مقابلة يجرونها مع المشتري أو المستهلك لإنجاز عملية بيع ، وفي ما يلي معنى كل حرف من حروف المصطلح :

- **Attention** الإنتباه للزبون .
- **Interesting** الإهتمام بالزبون .
- **Desire** الرغبة في بيع الزبون .
- **Action** العمل والبيع .

87- Aims **غايات (أهداف طويلة الأجل)**

هي أهداف محددة طويلة الأجل تسعى المنظمات إلى تحقيقها مستقبلاً ، وبالتالي فالغاية هي قاسم مشترك بين جميع أنواع المنظمات ، لكن الذي يختلف بينها هو طبيعة الغاية ، حيث نجد بأن قسم من المنظمات تسعى إلى تحقيق الربح ، وقسم آخر غايته تقديم خدمة بسعر التكلفة دون ربح كالأجهزة الحكومية ، وقسم ثالث منظمات تقدم خدماتها دون مقابل كالمنظمات الخيرية وحماية البيئة .

88-Alphabetical Classification Method **أسلوب التصنيف والترتيب الأبجدي**

تصنيف الملفات أو المعاملات وذلك حسب الترتيب الأبجدي ، فالملف (أ) يسبق الملف (ب) الذي يسبق الملف (ج) وهكذا ، وبالتالي فالملف (أ) مثلاً يكون مخصصاً لموضوع معين أو شخص معين ، أو لكافة الأمور المتعلقة بأشخاص يبدأ إسمهم بحرف (أ) .

89- Allowances of Employees **بدلات العاملين النقدية**

البدل هو مبلغ من المال يدفع للموظف لقاء ناحية متميزة تتعلق بعمله مثل : صعوبة الوظيفة ، المسؤولية الكبيرة ، أو حسن المظهر أمام الآخرين كرجل العلاقات العامة ... الخ .

90- Amalgamation **إندماج**

عملية تنظيمية مالية قانونية يتم بموجبها إندماج شركتين أو أكثر مع بعضها بعضاً لتشكل شركة جديدة باسم تجاري وترخيص قانوني ورأس مال جديد . وبموجب هذه العملية تدمج الآلات والمعدات والعنصر البشري ... الخ مع بعضها بعضاً في تكوين واحد أو شركة واحدة .

91- Ambudsman of Employees Conflict — المُحَقِّقْ في خلافات العاملين

رجل مختص ومؤهل ومدرب تسند المنظمة إليه مهمة النظر والتحقيق في الصراعات والخلافات التي تحدث بين العاملين ، حيث يقوم بجمع المعلومات عن الخلاف وسماع أقوال المعنيين بالأمر والشهود ، ليكون قناعة موضوعية عن الواقعة أو الخلاف ، ويكتب به تقريراً يرفعه للجهة صاحبة العلاقة والسلطة لتتخذ القرار المناسب حياله .

92- American Management Association — الجمعية الأمريكية للإدارة

مؤسسة للبحث العلمي في الإدارة لا تهدف إلى الربح ، تأسست عام 1923 في الولايات المتحدة الأمريكية ، تسعى إلى تقديم خدمات البحث العلمي والتدريب في مجال الإدارة ونشرها . ويتكون أعضاؤها من أفراد وشركات ، وتصدر سنوياً خمس نشرات وعدة تقارير بحثية .

93- Amortization of Bond — خسارة إستهلاك السند

يحدث أن يصدر السند المالي بعلاوة إصدار ، فعندما يُستهلك السند بقيمته الإسمية التي صدر بها ، تحدث لدى المستثمر مالك السند خسارة رأسمالية في سنده تساوي الفرق الذي دفعه لشراء السند بعلاوة الإصدار وبين قيمة السند الإسمية التي إستردها .

94- Amount discount — خصم كمية

خصم يمنحه البائع للشاري كنسبة مئوية من قيمة مشترياته ، إذا بلغت كمية مشترياته حداً معيناً . ويستخدم هذا الخصم كحافز للمشترين للشراء بكميات كبيرة للإستفادة منه .

95- Anatomy of Strike — تحليل بنية الإضراب

يحدث الإضراب عندما يكتمل عنصرين فيه على شكل قرارين يتخذان من قبل جهتين هما : النقابة وتمثل العاملين الذين يريدون الإضراب ، وإدارة المنظمة التي لا تريد تلبية مطالب النقابة . فالنقابة تتخذ قراراً بإضراب العاملين عن العمل بعد أن تدرس وتقتنع بأن ما سوف تربحه من الإضراب سيفوق ما سوف تخسره ، فهي تبني قرارها على إحتمال أن المنظمة سوف لن تستغني عن ممثلي النقابة فيها ، وأنها لن تجازف بتوقف العمل وما ينتج عنه من خسائر . أما قرار الإدارة فهو عدم تلبية مطالب النقابة ، وهي تبني قرارها على إحتمال يتضمن ما يلي : أن لديها مخزون إنتاجي يغطي مبيعات فترة الإضراب ، ولديها إمكانات مالية تغطي الخسارة الناتجة عن الإضراب وأنها لن تخسر زبائن كثر بسببه ، وفي المحصلة تقتنع بأنها ستربح أكثر مما سوف تخسره نتيجة الإضراب الناجم عن عدم تلبية مطالب النقابة .

96- Annual Leave — الإجازة السنوية

عدد من الأيام يحددها قانون العمل ، أو النظام الداخلي للمنشأة ، يحق للعاملين الإنقطاع فيها عن العمل كل سنة في المنظمة التي يعملون فيها ، وذلك للراحة والإستجمام ، وتكون مدفوعة الراتب أو الأجر .

97- Anticipative Marketing — التسويق التنبؤي

هو أحد بحوث ودراسات سلوك المستهلك والكشف عن حاجاته ، حيث يهدف إلى دراسة حاجاته وإهتماماته الحالية من أجل إكتشاف والتنبؤ بحاجاته الخفية ، أي معرفة حاجته قبل أن يعرفها هو ويدركها، ثم العمل على إشباعها . ويسمي بعضهم هذا التسويق بالتسويق الإبداعي .

98- Anticipatory Government — الحكومة التوقعية

أحد الأنماط الإدارية الحديثة المستخدمة في مجال الإدارة العامة أو الإدارة الحكومية ، يعمل هذا النمط على دراسة الواقع وإستقراء لما سيحدث في المستقبل في ضوء ما يحدث في الحاضر ، أي يسعى إلى التنبؤ بالمشاكل المحتملة ، فيعد العدة للتصدي إليها قبل وقوعها كإجراء وقائي .

99-Apathy of Employees — اللامبالاة لدى العاملين

تعني عدم الإهتمام بالشيء ، أو الأمر ...الخ ، وهي مؤشر سلبي لمستوى الروح المعنوية لدى صاحبها ، وتنتج عن شعور الفرد بالإحباط بسبب إخفاقه في إنجاز شيء ما ، أو إشباع حاجة ملحة لديه . وتجدر الإشارة إلى أن مسألة اللامبالاة مسألة تراكمية لدى الإنسان ، بمعنى أنها لا تحدث نتيجة الإخفاق لمرة واحدة ، بل لعدة مرات . كما تجدر الإشارة أيضاً إلى أن اللامبالاة قد تحدث نتيجة لتكوين شخصية الفرد ونشأته في أسرته ، فكثرة الدلال للطفل من والديه في صغره تجعله غير مبالي وغير مهتم ، لأن كل شيء متاح ومتوفر له .

100-Appointment of Employees — تثبيت العاملين

يقصد بالتثبيت هنا ، إصدار المنظمة قراراً بالتثبيت النهائي للفرد الذي جرى تعيينه بوظيفة في المنظمة بعد إنتهاء فترة تمرينه وتجربته ، وأثبت جدارة وكفاءة في العمل خلال هذه الفترة ، وبالتالي يعتبر التثبيت المرحلة الأخيرة في عملية إختيار إدارة الموارد البشرية للعاملين الذين جرى إستقطابهم وإختيارهم لتحديد مدى صلاحيتهم للعمل داخل المنظمة .

101- Apperception — الإدراك الترابطي

هو تفسير الإنسان لموقف غامض غير واضح المعالم وذلك من وجهة نظره وإدراكه ، حيث يكون إستنتاجه وتفسيره مرتبطان بتجاربه السابقة وتراكماته النفسية خلال حياته ، وبالتالي يكون الإدراك والتفسير مرآة عاكسة لما بداخله من إنفعالات ذهنية ونفسية حسية توضح معالم شخصيته ، فالمكتئب مثلاً يفسر الموقف بطابع التشاؤم .

102- Apperception Test — إختبار الإدراك الترابطي

هو عبارة عن موقف غامض وغير واضح تختلف الآراء حوله يُعرض على الشخص الذي يجري إختباره ، حيث يطلب منه دراسته وتحليله وتفسيره وإستنباط أفكار حوله ومن جهة نظره وقناعته الخاصة . فمن

خلال تحليل الإستنتاجات التي وصل إليها ، يكون قد أخرج ما بنفسه من تراكمات وإنفعالات نفسية دون أن يشعر ، وربط إدراكه للموقف بحالته النفسية ، وبهذه الصورة يمكن تحديد معالم شخصيته .

103- Applicant pool — وفرة المستقطبين

تعني الوفرة أن عدد المتقدمين للتوظف في المنظمة كبيراً ، وهذه إشارة إلى أن نشاط إستقطاب الموارد البشرية الذي قامت به المنظمة ، قد نجح في جذب وترغيب عدد كبير من الموارد البشرية لطلب العمل فيها ، وهذا يشير إلى وجود بدائل كثيرة أمام عملية الإختيار والتعيين ، الشيء الذي يساعدها على إنتقاء مهارات بشرية ذات مستوى عالي ، بإستخدام معايير إنتقاء صعبة تمكن المنظمة من توفير إحتياجاتها من الموارد البشرية بمواصفات عالية المستوى .

104 - Application Blank of Employment — نموذج (إستمارة) طلب التوظيف

هو إستمارة مكونة من ورقة أو أكثر تتضمن إستفسارات عن الشخص المتقدم لطلب العمل يتوجب عليه إستيفائها بنفسه ، وتتعلق بالمعلومات الشخصية ، والمؤهلات العلمية ، والخبرة ، والحالة الصحية والهوايات الخاصة به ... الخ ، حيث من خلال تحليل وتقويم هذه المعلومات ومقارنتها مع الشروط المطلوبة للتوظيف ، يمكن معرفة مدى صلاحيته للدخول في إختبارات لاحقة . إذاً في هذه الحالة يعتبر طلب التوظيف إحدى مراحل عملية الإختيار والتعيين التي تقوم بها إدارة الموارد البشرية في المنظمات.

105- Applied Research — بحث تطبيقي

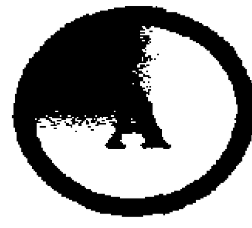
هو الذي يسعى إلى تطبيق حقائق علمية معروفة في حل مشاكل واقعية ، أو تحقيق أغراض محددة .

106- Apprenticeship Training Method — أسلوب التدريب الحرفي أو المهني [التلمذة الصناعية]

يستخدم هذا النوع من التدريب من أجل تعليم العمال أداء حرفة أو صنعة معينة التي غالباً ما تكون فنية أو صناعية كالنجارة ، الحدادة ، السباكة ، ميكانيك سيارات .. الخ . بموجب هذا التدريب يعمل المتدرب تحت إشراف أسطى أو معلم (مدرب) لمدة زمنية معينة ، يلقنه خلالها أصول ممارسة الحرفة . وقد طور هذا الأسلوب وإستخدمته المنظمات كأسلوب تدريب تطبيقي ، يقوم خلاله المدرب بشرح معلومات نظرية للمتدربين ، ثم يقوم بتطبيقها أمامهم على نموذج مماثل للواقع ، ويطلب منهم تطبيقها أمامه ، ليتأكد من صحة تطبيقهم لها .

107- Aptitude Test — إختبار الإستعداد أو القابلية أو الأهلية

يستخدم هذا النوع من الإختبارات في مجال عمليات إختيار وتعيين الموارد البشرية في المنظمات ، حيث يهدف ويسعى إلى التنبؤ بمدى قدرة وإمكانية طالب العمل وإستعداده لأداء نوع معين من الوظائف أو المهام داخل المنظمة مستقبلاً وبشكل فعال . وعليه فإختبار الإستعداد يعمل على إستكشاف مدى توفر



القدرات المطلوبة لدى المتقدم للتوظيف كالذكاء مثلاً ، لمعرفة مدى إمكانيته على أداء عمل أو أكثر في المستقبل بعد تعيينه .

108- Arbitrage **التوجيم**

مصطلح شائع إستخدامه في مجال المصارف والأسواق المالية ويعني ، شراء عملات أجنبية أو أسهم أو سندات ، أو معادن ثمينة كالذهب والفضة ، أو بعض السلع الأخرى العالمية من سوق لبيعها في سوق آخر، بهدف جني ربح نتيجة لإختلاف السعر بين السوقين .

109- Arbitration **التحكيم**

عملية تسوية لمنازعة أو شكوى تجارية بين فريقين أو أكثر ، تتم من خلال تقديم التزاع إلى شخص أو جماعة من الأشخاص الحياديين يختارها الفرقاء المتنازعون ، أو إلى وكيل أو لجنة محايدة تعين بموجب السلطة القانونية ، وغالباً ما يكون هناك إتفاق مسبق على القبول بقرار التحكيم كحكم ملزم للطرفين .

110- Arbitration of Grievances **التحكيم في شكاوى أو تظلمات العاملين**

الحكم أو الفصل في التزاعات والشكاوى المقدمة من العاملين ضد إدارة المنظمة وذلك من قبل جهة محايدة تكون حكومية عادة ، ويكون قرار المحكم قطعياً يقبل به الطرفان ، وبالتالي فالمحكم يتخذ قراراً تنفيذاً ولا يتخذ أو يقدم توصية حيال الشكوى . ولا يتخذ المحكم قراره إلا بعد سماع الطرفين الشاكي والمشتكى عليه .

111-Archives **الأرشيف أو المحفوظات**

السجلات ، والأوراق ، والوثائق ، والمراسلات المتعلقة بأعمال المنظمة ، التي يتم الإحتفاظ بها كثبوتيات للرجوع إليها عند الحاجة ، وهذا الحفظ إما أن يكون دائماً أو لفترة زمنية محددة ، وذلك حسب مدى أهمية هذه المحفوظات . ويقوم بهذه المهمة وحدة إدارية متخصصة في المنظمات يسميها بعضهم بالديوان ، أو الأرشيف ، أو المحفوظات .

112- Aristotle Oral Communication Model Concept **نموذج "أرسطو" عن الإتصال الشفهي**

أرسطو هو فيلسوف يوناني قديم ، ويعد واحداً من أعظم الفلاسفة في جميع العصور يقول عن الإتصال الشفهي مايلي : "مادامت الخطابات وجدت لتؤثر في الناس ، فإن على الخطيب (المتصل) أن يتبنى في حديثه (إتصاله) البرهان المنطقي ليكون حديثه واضحاً ، وأن يقدم مضموناً (رسالة) قابلاً للتصديق ، بشكل يحمل المستمعين (المتصل بهم) على الإعتقاد بأن شخصيته صادقة ومنصفة ، ولا يأتي ذلك إلا بوضع هؤلاء المستمعين في الإطار العقلي والمنطقي السليم" .

113-Articles of Association (Organization) **النظام الداخلي للمؤسسة (أو المنظمة)**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

114- "ASDICE " Training Model — نموذج الـ ASDICE التدريبي

نموذج يُستخدم في مجال تخطيط البرامج التدريبية ، حيث يعبر كل حرف عن نشاط معين فرعـي ضـمن النشاط الرئيس وهو تخطيط التدريب . وفي ما يلي تعريف لكل حرف من هذه الحروف :

A – Assessment of Training Needs تقييم (تقدير) الإحتياجات التدريبية .

S – Specification of Training objectives تحديد أهداف التدريب .

D – Designing of Training program تصميم البرنامج التدريبي .

I – Instructions of Methods selection تعليمات إختيار أساليب التدريب .

C– Conduct of Training تنفيذ التدريب .

E – Evaluation of Training Program تقيم البرنامج التدريبي .

115- Assembly Line — خط (نظام) الإنتاج التجميعي

يُستخدم هذا النظام في مجال التنظيم الصناعي ، بموجبه يتم ترتيب الآلات والمعدات والمواد والعمال بشكل يسمح للمنتج تحت التصنيع بأن ينتقل من عملية أو مرحلة إلى أخرى بصورة متعاقبة حتى ينتهي تصنيع المنتج كاملاً ، أو حتى يتم تجميع أجزاء السلعة المنتجة .

116- Assessing Work Flow — تقييم تدفق العمل

يهدف هذا التقييم إلى تحديد القيمة التي تضيفها مرحلة أو خطوة أو وظيفة للمرحلة أو للخطوة أو للوظيفة التالية ضمن عمل (عملية) كلي يتكون من عدة مراحل أو خطوات . فالخطوة أو المرحلة أو الوظيفة التي لا تحقق قيمة مضافة للتي تليها ، معنى ذلك أنه لا لزوم لها وبالإمكان إلغاءها ، من أجل تحقيق وتسريع أداء العمل الواحد بكامل مراحله أو خطواته . ويتم التقييم في ضوء المعلومات التي يتم جمعها عن جميع المراحل التي يتكون منها العمل الواحد .

117-Assessment Centers of Human Resources — مراكز تقييم الموارد البشرية

تستخدم هذه المراكز المنشآت الكبيرة الحجم وخاصة في الولايات المتحدة الأمريكية وتكون تحت إشراف إدارة الموارد البشرية في هذه المنشآت . وهذه المراكز مصممة من أجل إستخدامها في مجال إختيار الموارد البشرية من أجل تعيينها في وظائف المديرين والرئاسية ، وأيضاً في عمليات الترقية في حالة الإعتماد على المصدر الداخلي في شغل الوظائف الإدارية الرئاسية في كافة المستويات الإدارية ، حيث يكون لدى هذه المراكز نظام معلومات بشرية خاص يمدها بالمعلومات اللازمة لقياس وتقييم إمكانات المرشح للتعيين أو الترقية لأداء وظائف حساسة وصعبة . وهذه المراكز تكون مهيأة ولديها الإستعدادات اللازمة لإجراء

سلسلة إختبارات للمرشحين يتوجب عليهم إجتيازها بنجاح ، حيث بعد إنتهاء الإختبارات ، يتم تقييم كل مرشح وإعداد تقرير تقييم خاص به ، يوضح قدراته ، وإمكاناته ، ومهاراته التي على ضوئها تحدد الوظائف التي يمكن أن يعين فيها أو يرقى إليها . إذاً يمكن القول بأن مراكز التقييم والمعلومات التي تقدمها ، هي مرشد لصنع القرارات في مجال الإختيار والتعيين ، والترقية ، وتحديد الحاجات التدريبية .

118- Assignable Credit — الإعتماد القابل للتحويل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Transferable Credit

119- Assignment Model — نموذج التخصيص

هو أحد أساليب البرمجة الخطية الذي يُستخدم من أجل تخصيص عدد معين من وسائل الإنتاج (الآلات ، المعدات) لتنفيذ مجموعة أوامر إنتاج أو تشغيل ، وكذلك في توزيع وظائف أو أعمال معينة على عدد من العمال والموظفين . كما يستخدم أيضاً في تخصيص وسائل نقل ومناولة لتسليم بضاعة أو مواد أو سلعة تحت التصنيع من مكان آخر .

120-Assimulation — التماثلية

ميل الفرد إلى تصور الأشياء أو المواقف المتشابهة وكأنها ذاتها ، وبالتالي فهي حالة من التعميم يستخدمها الإنسان في التعامل مع المواقف كوسيلة لإراحة نفسه . فإذا صادف الإنسان على سبيل المثال خيانة من أحد أصدقائه يقول : أن جميع الأصدقاء خونة ، وبالتالي يمكن القول بأن التماثلية هي ردة فعل نفسية لدى الإنسان حيال موقف معين يعمه على المواقف المشابهة له .

121- Assumptions of Planning — الفروض (المقدمات) التخطيطية

المقدمة التخطيطية هي الفرض أو الإحتمال الذي على أساسه يوضع التخطيط ، حيث في ضوء النتائج التي تستقى من الفرضيات بالإستعانة بالتنبؤ ، يقوم التخطيط وتوضع الخطة التي توضح التصرفات والأعمال . فالمقدمات التخطيطية تلعب دوراً هاماً في مجال التخطيط ووضع الخطة بشكل فعال ، وفيما يلي مثال على ذلك : طالما أن هناك رواج إقتصادي في الماضي ، وما زال هذا الرواج قائماً حتى الآن ، إذاً نتوقع بأن الرواج سيستمر للفترة القادمة ، إذا بقيت الظروف المحيطة بهذا الرواج على حالها ولم تتغير ، وبالتالي بإمكاننا أن نرفع من رقم إنتاجنا ، لتوقعنا زيادة الدخل ، التي بدورها ستزيد من حجم الطلب على السلع والخدمات بشكل عام .

122- At Call Selling — بيع تحت الطلب



متجر لبيع المواد الإستهلاكية ، أو مطعم ، أو منتج لسلعة ...الخ ، يبيع بضاعة بطلب من الزبون عن طريق إتصال هاتفي به.ولا يمكن إستخدام هذا الأسلوب البيعي إلا إذا كانت السلعة المراد شراءها جاهزة للبيع فور الإتصال الهاتفي من قبل الزبون ، ويقوم البائع عادة بإيصال السلعة المباعة إلى عنوان المشتري .

123- At Sight — **بالإطلاع**

مصطلح يستعمل في الأوراق التجارية ، للدلالة على أن السداد يستحق عند تقديمها أو عند الطلب .

124-Attention,Interest,Desire, Action(AIDA) — **إنتبه، إهتم، إرغب، إعمل**

مصطلح يستخدم في مجال تدريب رجال البيع ليسهل عليهم حفظ التسلسل الصحيح للمواقف التي يجب أن يتخذوها في أية مقابلة يجروها لإنجاز عملية بيع .فرجل البيع عليه أن يكون أولاً سريع الإنتباه لما يريده الزبون وهي الخطوة الأولى في عملية مقابلة البيع ، ثم عليه أن يكون شديد الإهتمام بما يقوله الزبون، ثم أن يكون لديه الرغبة والدافع لإنجاح عملية البيع . وفي الأخير أن يُجري عملية البيع مع الزبون بأفضل طريقة ممكنة .

125- Attitude — **إتجاه**

إطار معرفي وعاطفي يشتمل على إعتقادات ، قيم ، حقائق ، معلومات ، مشاعر حب وكراهية ، يتشكل داخل الإنسان فيؤثر في آرائه وسلوكه وعمله داخل المنظمة . وتتشكل إتجاهات البشر من خلال الإحتكاك مع الآخرين ، وقراءة وسماع المعلومات من أجهزة الإعلام ، وما يتعلمه من المؤسسات التعليمية، والأسرة التي نشأوا وتربوا فيها وإستمدوا منها القيم ، ومن الدين وما تعلموا منه من قيم أخلاقية سامية . وعليه فالإتجاهات التي يمتلكها الفرد هي التي توجهه رأيه وعمله وسلوكه داخل المنظمة . إذاً يمكن القول بأن الإتجاه هو حالة تهيؤ وتأهب عقلي ونفسي تنظمها خبرة الفرد الماضية ، للإستجابة لموقف معين والتعامل معه .

126- Attitude Survey — **إستكشاف الإتجاهات**

دراسة ميدانية لإستكشاف وقياس إتجاهات العاملين في المنظمة تجاه مسألة ما فيها كالأجور أو الحوافز أو سياسة ما ... الخ . وتهدف هذه الدراسة إلى تكوين إنطباع عام عن الروح المعنوية السائدة في أوساط العاملين ورأيهم حيال موقف معين ، ثم تحليل المعلومات المجموعة والخروج بنتائج محددة .

127- Attribute — **صفة، خاصية فطرية**

هي صفة أوخاصية فطرية تدخل في تكوين شخصية الفرد الإنسانية كالخوف والحذر على سبيل المثـال ، وبالتالي فهذه الخاصية لا تكون مكتسبة عادة .

128- Auction — **مزاد**

طريقة للبيع تهدف إلى الحصول على مشتري للسلعة بأعلى سعر ، ويتم ذلك عن طريق عرض السلعة أمام عدد من المشترين ، الذين يزاودون على بعضهم بعضاً في تقديم أسعارهم ، وترسو عملية البيع على الشاري الذي يدفع أعلى سعر .

129- Auction Company **شركة البيع بالمزاد**

تقوم هذه الشركة ببيع السلع كالخضار والفواكه والماشية وغيرها لحساب الغير (مالكيها) عن طريق بيعها بالمزاد العلني . وبعد تحصيل قيمتها ، تخصم الشركة عمولتها ومصاريفها من قيمة البيع ، وتدفع ما تبقى لمالكي هذه السلع . وتجدر الإشارة إلى أن ملكية السلع لا تنتقل للشركة قبل البيع ، وبالتالي فهي عبارة عن وسيط بين البائع والشاري عن طريق المزاد .

130-Augmented Product **المنتوج المعزز**

هو المنتج الذي يحمل أو فيه مزايا وخصائص أومنافع وخدمات تميزه عن المنتجات الأخرى المنافسة ، أي أنها غير موجودة فيها .

131-Authoritarian Ideology of Management **أيدلوجية الإدارة المتسلطة**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى المذهبية أوالعقيدة الديكتاتورية ومركزية صنع القرارات والحزم والتوجيه وإصدار الأوامر لدى الإدارة في المنظمة . وهذه المذهبية لا تعتنقها الإدارة العليا فحسب ، بل تعتنقها أيضاً الإدارات الأخرى الوسطى والمباشرة ، بمعنى أن هذه المذهبية التسلطية هي السمة العامة التي تتصف بها الإدارة في المنظمة في كافة مستوياتها الإدارية . ونجد هذه المذهبية التسلطية عادة في الأجهزة البيروقراطية الحكومية في البلدان النامية ، وبشكل خاص المتخلفة .

132- Authoritarian Leadership **القيادة التسلطية**

تمثل أحد أنماط الإشراف والتوجيه الإداري الذي يتصف بإستخدام الحزم والشدة والنفوذ في التعامل مع المرؤوسين في العمل ، وعدم مراعاة الجوانب الإجتماعية والإنسانية وضعف تبادل الآراء معهم .

133- Authoritarian Organization **منظمة سلطوية**

هي المنظمة التي تؤمن وتطبق أفكار المدرسة الكلاسيكية في الإدارة ، حيث تعتبر السلطة والنفوذ والعلاقة غير الديموقراطية مع المرؤوسين أساس نجاح الإدارة ، فالسلطة من وجهة نظرها هي القوة المحفزة التي توجه العاملين نحو تحقيق الأهداف ، فعن طريق المكافأة والعقاب تضمن المنظمة الحصول على طاعة العاملين وإمتثالهم لما يُطلب منهم .

134-Authoritarian Personality **شخصية مستبدة**

شخصية تجعل من صاحبها مستبداً يحب التحكم بالآخرين وفرض آراءه عليهم ، ولا يميل للحوار والنقاش معهم ، ويميل للعدائية عند معارضة أفكاره وآرائه من قبلهم .



135-Authority — **سلطة**

هي الصلاحية المرتبطة بوظيفة أو عمل ، تمكن شاغلها من تولي وتصريف واجباته ومسؤولياته وصنع القرارات المناسبة بشأنها . وبموجبها يمتلك شاغلها الحق في أن يكافئ ويعاقب الآخرين (مرؤوسيه) ويتمكن من خلالها إصدار أوامر وتعليمات وتوجيهات ملزمة لهم . ويمكن أن يحصل الرئيس على السلطة ليس من وظيفته فحسب ، بل يمكن أن يحصل عليها من رئيس أعلى بأن يفوضه جزءاً من سلطته .

136-Authority Relations — **علاقات السلطة**

تأخذ هذه العلاقات داخل المنظمة وهيكلها التنظيمي إتجاهين :

- الأول : رأسي ويمثل علاقة الرؤساء بمرؤوسيهم بدءاً من مستوى الإدارة العليا وحتى قاعدة الهرم التنظيمي .
- الثاني : أفقي ويمثل علاقات المديرين والرؤساء في نفس المستوى الإداري .

137-Autism — **التوحد**

ميل الإنسان إلى التصرف والسلوك بوحي أو بدافع من رغباته وحاجاته ومشاعره الذاتية ، والإسترسال في الخيال والتخيل هروباً من الواقع .

138- Autocratic Leadership — **قيادة أوتوقراطية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Authoritarian Leadership

القيادة التسلطية

139- Automation — **الأتمتة أو التشغيل الآلي**

يشتمل هذا المصطلح الذي يعبر عن نظام تشغيل آلي على ثلاث خصائص أساسية هي ما يلي:

– المكننة ، أي إحلال الآلة محل عمل الإنسان ومهارته .

– التلقيم المتكرر، أي أن الآلة تنظم نفسها ذاتياً لتلبي متطلبات مقررة بشكل مسبق .

– العملية المتواصلة، أي أن مرافق العمل أو الإنتاج متكاملة بحيث تؤلف عملية إنتاجية واحدة .

140-Automobile Traffic Account — **حساب حركة وسائط النقل**

مصطلح يستخدم في مجال التسويق ، ويشير إلى عدد الآليات (سيارات صغيرة، متوسطة الحجم ، كبيرة الحجم ...الخ) التي تمر يومياً في شارع معين أو منطقة معينة ، حيث تعتبر هذه الحركة أحد المعايير التي تستخدم في مجال إختيار مواقع المشاريع التجارية ، التي تختار لنفسها عادة موقعاً تكون هذه الحركة فيه عالية .

141- Autonomy Need — **حاجة الإستقلال الذاتي**

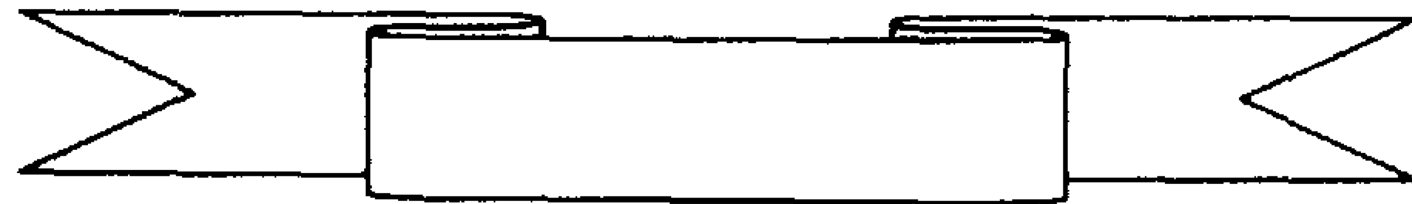
حب الفرد لأن يتحكم بعمله وبمصيره الشخصي وبأموره ، ومقاومة كل من يتدخل في شؤونه أو محاولة التحكم به ، فالفرد الذي لديه هذه الحاجة تراه يحب الحرية ، ويحب العمل الذي يحقق له مقداراً كبيراً من الحرية والإستقلالية والتحكم بالمصير ،كأستاذ الجامعة ، الصيدلي وغيرها من الأعمال الشبيهة بذلك .

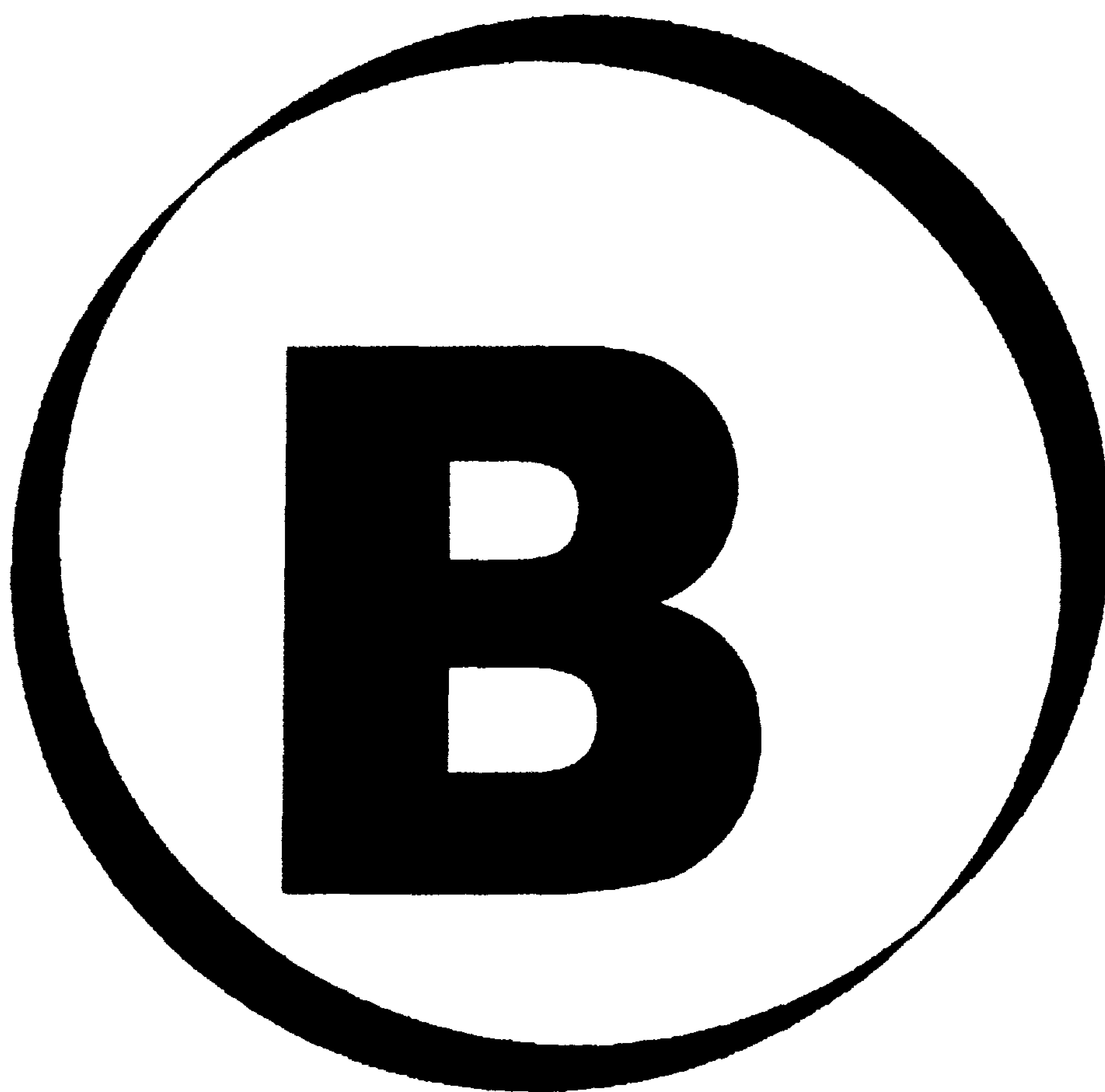
142- Autonomy of Work — إستقلالية العمل

هي التي تسمح بها الوظيفة لشاغلها بممارسة مهامه ، وجدولة أعماله ، وتقرير الإجراءات التي سوف يستخدمها في تنفيذ ما هو مطلوب منه ، وتحقيق أهداف وظيفته بحرية وتصرف ومرونة ، دون وجود تدخل مباشر من قبل رئيسه ، أو وجود لوائح وأنظمة تفرض قيوداً على هذه الحرية والمرونة . وتؤخذ هذه الناحية عادة عند تصميم الأعمال ، حيث تؤكد الإدارة المعاصرة على مدى أهمية الإستقلالية في العمل ، لما لها من أثر إيجابي في الروح المعنوية ، والتكيف مع الظروف المحيطة بعمل الأفراد.

143- Awareness Training Program of Employees Safety — برامج التوعية الخاصة بسلامة العاملين

هي برامج تدريبية تهدف إلى زيادة وعي وفهم وإدراك العاملين لمسائل الصحة والسلامة في مكان العمل، لتوفير المزيد من الحماية لهم من مخاطر الأعمال التي يؤدونها في المنظمة . وتشتمل هذه البرامج على سبيل المثال توضيح قواعد وتعليمات الحماية العامة وكيفية تطبيقها من قبلهم، وكذلك توضيح المخاطر المحتملة المحيطة بهم أثناء عملهم وكيف يحمون أنفسهم منها ، وأيضاً تعليمهم قواعد الأداء والسلوك التي تضمن لهم الحماية والسلامة من مخاطر أعمالهم . وتنفذ هذه البرامج بشكل خاص عند بداية تعيين العاملين في المنظمة ، وهي جزء من التأهيل والتدريب الأولي للعاملين الجدد .




B

1-Back- Scratches **مساحو الجوخ**

مصطلح معروف في مجال الإدارة العامة ، ويعبر عن ظاهرة تزلف ونفاق المرؤوسين لرؤسائهم للتقرب إليهم وكسب رضاهم . وتعد هذه الظاهرة إحدى ظواهر التخلف والفساد الإداري الذي تسود الأجهزة الحكومية البيروقراطية .

2-Back to Back Credit **إعتماد مسند بإعتماد آخر**

عملية مصرفية تتضمن إعتمادين يُفتح الأول لمنفعة مستفيد لتوريد بضاعة ، ويعطى الأمر لمصرفه لفتح إعتماد ثاني عن ذات البضاعة وفق شروط الإعتماد الأول ، مع بعض الإستثناءات التي لا تتعارض مع تلك الشروط .

3-Backtracing-Pull Approach **مدخل السحب والتتبع للخلف**

يمثل هذا المدخل النهج الذي تعتمد عليه عملية التطوير والتحديث ، بموجبه يتم دراسة العملية المراد تحسينها عن طريق تتبعها ليس من بدايتها بل من نهايتها ، بمعنى أن نبدأ من النتيجة مروراً بالمراحل إلى الوراء وصولاً إلى نقطة البداية أي إلى مصدرها ، فبهذا التتبع والتحليل يتم التعرف على جوانب النقص والقوة في كل مرحلة وتأثيرها المباشر وغير المباشر في العملية ، وبالتالي إتخاذ القرار بمعالجة المشاكل أي التصحيح ، أو التحسين ، أو التغيير .

4- Backward Vertical Integration Growth Strategy **إستراتيجية النمو عن طريق التكامل إلى الخلف**

تهدف هذه الإستراتيجية إلى توسيع نشاط المنظمة المستقبلي عن طريق إمتلاك أو السيطرة على مصادر تزويدها بإحتياجاتها من مستلزمات العمل والإنتاج مثل المواد الأولية ، وقطع الغيار ، والعبوات ... الخ ، وذلك لضمان التوريد المستمر والمنتظم لهذه المستلزمات ومنع خطر توقف العمل أو إحتكارها من قبل مورديها وفرض السعر الذي يريدونه .

5-Bad Debt **دين معدوم**

مبلغ من المال على شكل نقدية ، بضاعة ، خدمة لها قيمة ، قدمته المنظمة للغير ولم يدفعه عند موعد إستحقاقه ، وليس هناك من أمل أن يدفعه مستقبلاً ، ويظهر في حسابات المنشأة تحت بند مالي يدعى ديون معدومة ، حيث تستقطع من رصيد مالي مخصص لهذه الغاية .

6-Bad Debts Loose Ratio **نسبة الديون المعدومة**

تستخرج عن طريق : $\frac{\text{قيمة الديون المعدومة}}{\text{إجمالي المبيعات الآجلة}} \times 100$ بالطبع كلما قلت هذه النسبة كانت مؤشراً

لصالح المنظمة ، وإرتفاعها يعني العكس ، حيث يدل إرتفاعها بأن هناك مبالغ كبيرة قد ضاعت عليهـــا ، بسبب عدم دفع المدينين لما هو مترتب عليهم من أموال مستحقة عليهم لها.

7-Balance Sheet — الميزانية الختامية

قائمة أو بيان مالي يُعد في نهاية السنة المالية ، يوضح أصول المنشأة (رأس المال الثابت والمتداول)، والإحتياطيات المالية المحتجزة ، وإلتزاماتها المالية (الطويلة والقصيرة الأجل)، وبالتالي فهي تلخص نشاطها خلال السنة المنصرمة مالياً ، وتبين مركزها المالي ، وهي مقسومة إلى قسمين : القسم الأيمن وتعرض فيه أصول أو موجودات المنشأة ، والقسم الأيسر وتعرض فيه المطاليب والإلتزامات المترتبة عليها .

8- Balance Theory of Informal Organization Formulation — نظرية التوازن في تشكيل التنظيم غير الرسمي

ترى هذه النظرية بأن تَشَكُلْ جماعة العمل غير الرسمية في المنظمات إنما يقوم على أساس ركنين أساسيين هما : التقارب ، والتفاعل . فالأفراد الذين هم في مكان عمل واحد (في نفس الغرفة ، أو غرفة مجاورة ...الخ) ، يتواصلون ويحتكون ببعضهم بعضاً وبشكل دائم ، فعندما يكونوا متشابهين في معتقداتهم وقيمهم وآرائهم ، نجد أن الفرصة متاحة والمناخ مهيأ لتشكل جماعة عمل غير رسمية بينهم .

9-Balanced Communication — الإتصال المتوازن

هو الذي يتم من خلاله تبادل المعلومات بين طرفين ، فكل طرف وفي الوقت نفسه يكون متصلاً ومستقبلاً ، أي يعطي معلومات للطرف الآخر ، ويستلم منه معلومات ، وذلك للوصول إلى إتفاق ، أو فهم مشترك حيال موضوع أو مسألة ما ، وهذا النوع من الإتصال تقوم عليه عمليات التفاوض بمختلف أنواعها.

10-Balanced Score Card — بطاقة الأهداف والأداء المتوازن

صاحب فكرة هذه البطاقة كل من "كابلان ونورثون" ، التي تدور حول موضوع التخطيط والرقابة . لقد وضحا أنه بداخل كل منظمة أهدافاً رباعية متوازنة مرتبط بعضها ببعض على صورة سلسلة متتالية متلاحقة وعلى شكل أسباب ونتائج يمكن توضيحها بالمثال التالي : الهدف الأول هو التعلم والنمو الذي ينعكس إيجاباً على مهارات العاملين ، وهذا الهدف يقود للهدف الثاني وهو جودة العمليات الداخلية وضبط توقيتها وتكلفتها ، وهذا الهدف يقود للهدف الثالث وهو تحقيق رضا الزبائن وولائهم لمنتج المنظم، وهذا الهدف يقود إلى الهدف الرابع وهو مالي يتمثل بتحقيق عائد مالي جيد على رأس المال . وتؤكد فكرة البطاقة التي تأخذ شكل نظام متكامل على تحويل رسالة وإستراتيجية المنظمة إلى مقاييس ضمن محاور معيارية أربعة هي : المال ، الزبائن ، العمليات الداخلية ، النمو والتطور ، ومقارنة الإنجاز الفعلي بها ، الذي يجب أن يكون متوازناً مع هذه المعايير . وتعد هذه البطاقة أداة رقابة إستراتيجية فعالة .

11-Bank مصرف

يعود أصل الكلمة إلى الكلمة الإيطالية بانكو Banco وتعني منضدة أو طاولة ، ويرجع سبب إرتباط هذه الكلمة بقبول الودائع ومنح القروض ، إلى عادة الصرافين في إستخدام مكاتب خشبية لممارسة أعمالهم في الأسواق لبيع وشراء العملات أيام إزدهار التجارة في مدن إيطاليا أواخر القرون الوسطى . أما كلمة مصرف باللغة العربية فتعني الصرف بمعنى بيع النقد بالنقد ، ويقصد به المكان الذي يتم فيه الصرف. وتشير كلمة Bank إلى مؤسسة هدفها الرئيس قبول الودائع ومنح القروض ، والقيام ببعض الخدمات المرتبطة بمثل هذه النشاطات . إذاً يتعامل المصرف بالنقود التي يقبلها من العملاء أوالزبائن على شكل إيداعات ، وتُحترم طلباتهم في سحبها كلها أو بعضها . ويقوم بتحصيل الشيكات للعملاء ، ويمنح القروض ، ويستثمر الودائع الزائدة حتى يتم طلبها من قبل أصحابها ، ويقوم بتحويل النقود لمصارف أخرى داخلية وخارجية بناء على طلب العملاء ، وكذلك فتح الإعتمادات المالية عند الطلب .

12-Bank Acceptance Liabilities إلتزامات قبول المصرف

هي تلك الإلتزامات التي تترتب على المصرف نتيجة ضمانه لأوراق دفع أو أية مسحوبات أخرى، يقبل دفعها عند الإستحقاق .

13-Bank Account Code دليل (شيفرة) حسابات المصرف

قائمة يعدها المصرف تتضمن أسماء ، وأرقام ، ورموز جميع الحسابات الموجودة لديه .

14-Bank Advice إشعار مصرف بالقيد

الإشعار هو إخطار يرسله المصرف إلى عميله يفيد بالقيد أو القيود التي تمت في حسابه ، إما بالإضـــافة أو الخصم .

15-Bank Armored Car سيارة المصرف المصفحة

سيارة خاصة بالمصرف مصفحة معدنياً تصفيحاً أمنياً ، يستعملها في نقل أمواله النقدية إلى مصرف آخر ، تفادياً من سرقتها .

16-Bank Assets أصول (موجودات) المصرف

تشتمل الأصول المالية في المصرف على العناصر التالية :

- النقدية في خزينة المصرف .
- إيداعات المصرف لدى الغير (المصارف الأخرى) .
- الإستثمارات في الأوراق المالية .
- القروض الممنوحة للعملاء .

- الإيجارات .
- أصول مختلفة (أبنية ، تجهيزات يمتلكها المصرف) .

17-Bank Capital **رأس مال المصرف**

يعبر عن حق الملكية الذي يقسم إلى قسمين :

– رأس المال الأساسي ، وينتج من خلال إصدار الأسهم العادية والممتازة ومن الأرباح المحتجزة .

– رأس المال الثانوي ، وينتج عن إصدار الكمبيالات والسندات .

18-Bank Cash Bus **عربة نقل المصرف**

هي عربة صغيرة (يطلق عليها في كثير من المصارف تسمية ترولي) تستعمل في نقل عهدة النقدية الفرعية من الغرفة المحصنة التي توضع فيها أموال المصرف ، إلى صناديق النقد بالقرب من صالة العملاء .

19-Bank Cash Transactions **العمليات المصرفية النقدية**

هي العمليات التي تتم في المصرف والمتعلقة بتداول النقد داخله ، سواء أكانت أوراقاً نقدية أو عمـــلات معدنية .

20-Bank Commission **عمولة المصرف**

مبلغ محدد يحصله المصرف من عملائه ، مقابل خدمات معينة يقدمها لهم .

21-Bank Credit **إئتمان مصرفي**

مبالغ القروض الطويلة الأجل والقصيرة الأجل التي تمنحها المصارف وعلى إختلاف أنواعها لعملائها ، بفائدة مصرفية محددة ، ولمدة زمنية محددة أيضاً .

22-Bank-Credit Analyst **محلل الإئتمان في المصرف**

وظيفة المحلل المصرفي هي وظيفة داعمة لوظيفة موظف الإقراض ، حيث يقوم بتحليل طلبات القروض ، ويقدم تقييماً لها ، من حيث القدرة المالية على وفاء القرض . إضافة إلى تحليله لطبيعة العمل الذي قُدم طلب القرض من أجله .

23-Bank Credit Voucher **مستند قيد مصرفي دائن**

وثيقة يتم بموجبها قيام المصرف بالقيد في الجانب الدائن لحساب معين ، يتضمن المبلغ المراد قيده ، ووصف العملية التي ترتب عليها القيد ، والتاريخ ، وتوقيع المسؤولين .

24-Bank-Debt Voucher **مستند قيد مصرفي مدين**

وثيقة يتم بموجبها قيام المصرف بالقيد في الجانب المدين لحساب معين ، يتضمن المبلغ المراد سحبه ، ووصف العملية التي ترتب عليها القيد ، والتاريخ ، وتوقيع المسؤولين .

25-Bank Deposit Certificate **شهادة وديعة مصرفية**

وثيقة يصدرها المصرف لعميله تثبت إيداعه لمبلغ من المال لديه لمدة معينة ، وبفائدة محددة ، تستحق مع مبلغ الوديعة في نهاية الفترة المحددة .

26-Bank Deposit Receipt **إيصال إيداع مصرفي**

يوقع على هذا الإيصال المسؤولون في المصرف ، بما يفيد إيداع العميل لمبلغ من المال (شيك أحياناً) في حسابه المفتوح لدى المصرف .

27-Bank Deposits **ودائع مصرفية**

كافة الأموال التي يحتفظ بها المصرف لديه والمودعة من جانب الغير أي من جانب عملائه ، وتأخذ أشكالاً متعددة ، كحساب توفير ، الحساب الجاري ، مبلغ تأمين ، مبلغ للإستثمار المصرفي وغيرها .

28-Bank Examiner **مراقب المصرف**

تنحصر مهمة هذا المراقب بالإشراف على سير العمل في المصرف من حيث الإلتزام بالقواعد والأنظمة النافذة من الناحيتين المالية والمحاسبية .

29-Bank Foreign Assets **موجودات المصرف الأجنبية (الخارجية)**

وتشتمل على : موجودات المصرف من الذهب والعملات الأجنبية ، وقيمة ممتلكاته في الخارج ، وديونه على غير المقيمين بالعملة المحلية أو الأجنبية .

30-Bank Foreign Exchange Position **مركز المصرف المالي بالعملة الأجنبية**

صافي موجودات المصرف بعملة أجنبية معينة مقابل مطلوباته بهذه العملة .

31-Bank Foreign Liabilities **إلتزامات المصرف الأجنبية**

ويسميها بعضهم بالإلتزامات الخارجية ، وهي إلتزامات المصرف الذي يعمل في دولة معينة تجاه زبائنه غير المقيمين في البلد ، أي الذين لا يحملون جنسية البلد الذي يعمل فيه المصرف .

32-Bank-Investment Securities **إستثمارات المصرف في الأوراق المالية**

تشتمل هذه الإستثمارات التي تمثل أحد أصول أو موجودات المصرف ، على ما يمتلكه من أوراق مالية حكومية قصيرة الأجل أو أوراق في سوق النقد ، وحسابات قصيرة الأجل (ربعية) لدى المصارف الأخر.

33-Bank-Letter of Guarantee **خطاب ضمان مصرفي**

ويسميه بعضهم بالكفالة المصرفية ،وهي عبارة عن تعهد خطي يصدر عن المصرف بناءً على طلب عميله بدفع مبلغ نقدي معين من حسابه ، بمجرد أن يطلب المستفيد ذلك من المصرف خلال مدة محددة ، ويصدر لضمان وفاء العميل لإلتزاماته .

34-Bank Liabilities — خصوم (إلتزامات) المصرف

تتكون خصوم المصرف من العناصر التالية :

- إيداعات العملاء .
- الإقتراض من سوق المال .
- رأس مال المالكين في المصرف .

35-Bank Loan — قرض مصرفي

مبلغ محدد من المال يقدمه المصرف للمقترض (فرد ، شركة ....الخ) لغاية معينة ويُسترد بعد فترة زمنية متفق عليها ، مضافٌ إليه نسبة محددة من الفائدة . ويتم الإسترداد إما على دفعات متفق عليها وفي مواعيد محددة ، أو مرة واحدة في نهاية فترة القرض . وتمنح القروض عادة بضمانات متنوعة مثل :ضمان عقارات ، وديعة مصرفية ، ضمان شخصي . والقروض من حيث زمنها نوعان : قرض مصرفي قصير الأجل ، وقرض مصرفي طول الأجل .

36-Bank-Loan Loose Provision — مؤونة (إحتياطي) المصرف للديون المعدومة

هو ذلك الحساب الإحتياطي الذي يفتحه المصرف ، تحسباً لأي خسائر تنجم عن عدم سداد القـــروض المقدمة للغير ، حيث تقوم هذه المؤونة بتغطيتها .

37-Bank Noninterest Expenses — مصاريف المصرف غير التشغيلية

تشير هذه المصاريف إلى مجموع الرواتب والأجور التي يدفعها المصرف للعاملين لديه ، والتجهيزات المكتبية ، ومدفوعات أخرى غير مرتبطة بدفع الفوائد على الإيداعات المودعة لديه .

38-Bank of Ideas — مصرف (بنك) الأفكار

فكرة على شكل وسيلة نصح باستخدامها المستشار الأمريكي تشارلز كلارك Charles Clark في مجال التفكير الإبداعي كأداة مساعدة في العمل المبدع . ومفاد هذه الفكرة أن يستخدم الفرد ملفاً أو أكثر يحتفظ فيه بقصاصات ورق يسجل عليها الأفكار التي تخطر له في عمله وأوقات فراغه ، حيث تساعده هذه العملية على عدم نسيانها ، وإستخدامها عندما يريد أن يقدم أو أن يصل إلى أفكار جديدة أو إبتكار ما . فبدلاً من أن يفكر من نقطة الصفر ، تكون هذه الأفكار تحت يده تساعده على الإنطلاق بتفكيره للأمام وإختصار الزمن .إذاً بنك الأفكار الخاص هذا يساعد المفكر والمبدع عندما يريد أن يبتدع فكرة ما.

39-Bank-Operations Department — إدارة عمليات المصرف

تقوم هذه الإدارة بأعمال تحصيل الشيكات والإشراف عليها ، وكذلك الإشراف على الشبكة الإلكترونية في المصرف ، وهي مسؤولة عن موظفي الكوات النقدية فيه . أيضاً الإشراف على الحالة

الأمنية في المصرف والحفاظ على ممتلكاته من تجهيزات وأبنية وغيرها. وهي مسؤولة أيضاً عن متابعة ومعالجة مشاكل العملاء مع المصرف ، والتأكد من أن الخدمات المتوفرة لديه ، يتم تقديمها بشكل جيد ومناسب لهم .

40-Bank Overdraft **السحب أكثر من الرصيد المصرفي (السحب على المكشوف)**

سماح المصرف لأحد عملائه بأن يسحب مبلغاً من المال أكبر من المبلغ الموجود في رصيده لديه ، ويكون هذا التجاوز أو السماح ضمن حد معين متفق عليه بين المصرف والعميل ، ويدفع عليه الأخير الفائدة التي يتعامل بها المصرف . وتعطى هذه الميزة عادة لعملاء المصرف أصحاب السمعة الحسنة ، الذين مضى على تعاملهم مع المصرف فترة زمنية طويلة ، ويتصفون بالملاءة المالية .

41-Bank Pass Book **دفتر توفير في مصرف**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Saving Book

دفتر الادخار

42-Bank Strong Room **غرفة المصرف المحصنة**

هي غرفة كبيرة (أو عدة غرف) محصنة جداً ومحاطة بجميع الاحتياطات الأمنية ، وتكون عادة تحت الأرض ، ويوضع بداخلها أموال المصرف .

43-Bankers Acceptance **قبول الصرافين**

هو تعهد خطي من قبل المقترض بإعادة المبلغ المقترض (سداده) إلى المصرف الذي قدم له القرض في موعد إستحقاقه مع الفائدة المستحقة . حيث يكون بإمكان المصرف المقرض أن يحتفظ بالتعهد إلى تاريخ إستحقاق القرض والحصول على قيمته مع الفوائد المستحقة عليه ، أو أن يبيعه في السوق المالي الثانوي إلى أحد المستثمرين فيه (مصرف تجاري،بيوت السمسرة) ، بهذا الشكل ينتقل حق الحصول على الفائدة المستحقة على القرض من البائع (المصرف الذي قدم القرض) إلى المشتري . وإذا لم يتمكن المقترض سداد القرض للشاري ، فيكون بإمكان الثاني العودة إلى البائع (المصرف المقرض) لتحصيل قيمة القرض وفوائده منه .

44-Banking Anticipated Interest **الفائدة المصرفية المتوقعة**

هي قيمة الفائدة المتوقع إستحقاقها على حسابات الإدخار ، في حالة توقع عدم حدوث إيداع فيها أو سحب منها ، قبل نهاية الفترة اللازمة لإستحقاقها .

45-Banking Central Risk **مركزية المخاطر المصرفية**

تجميع كل الإلتزامات المالية على العملاء لدى المصارف عن طريق إدارة في المصرف المركزي ، بهـدف تزويد المصارف بإجمالي مخاطر كل عميل على حده ، بحيث يساعد ذلك المصارف على صنع القرارات الخاصة بمنح القروض .

46-Banking Check **شيك مصرفي**

هو شيك مسحوب من مصرف على مصرف آخر بمبلغ محدد وبتاريخ استحقاق معين أو بدون تاريخ .

47-Banking Diversification **التنوعية المصرفية**

يشير هذا المصطلح إلى تنوع إختصاصات المصارف وتنوع أعمالها ومهامها ، فقد أصبح هناك على سبيل المثال : المصارف التجارية ، والعقارية ، والصناعية ، والزراعية ، والإستثمارية....الخ ، كل منها متخصص في مجال معين ويقدم خدمات متنوعة لعملائه .

48-Banking Marketing Department **إدارة التسويق المصرفي**

إدارة متخصصة تعمل داخل المصرف ، مهمتها وضع خطط المصرف التسويقية ، وترويج خدماته في مختلف وسائل الإعلان ، وبناء صورة مشرقة له لدى الجمهور ، وتوضيح كفاءة خدماته التي يقدمها لهم . وتسعى هذه الإدارة إلى إستقطاب عملاء جدد للمصرف ، ومحاولة توسيع حصته في السوق .

49-Banking Paying Slip **قسيمة إيداع مصرفية**

إستمارة يوقعها مسؤول في المصرف تثبت إستلامه مبلغاً مالياً من قبل مودع .

50-Banking Payment Agreement **إتفاقية دفع مصرفية**

إتفاق قائم بين دولتين عادة (أو جهتين) يقضي بتسديد قيم البضائع أو الخدمات المتبادلة بينهما ، عن طريق حساب مصرفي في مصرف معين متفق عليه من قبلهما ، يتم تسوية رصيده في أوقات محددة ، حسب شروط الإتفاق ، ويتضمن عادة حداً أقصى للتسهيلات الإئتمانية المتبادلة بينهما .

51-Banks Failure **فشل المصارف**

يقصد بالفشل هنا إخفاق المصرف في أدائه ، وذلك بسبب أحد (أو أكثر) العوامل الأربعة التالية :

- الإحتيال والتلاعب مثل عمليات إختلاس الأموال .
- إرتفاع عدد حالات إعسار المقترضين في دفع قيمة قروضهم للمصرف .
- أزمات السيولة النقدية التي تنتج عن سحب المودعين لأموالهم على نطاق واسع .
- إرتفاع حدة المنافسة بين المصارف .

52-Bars Chart **خريطة الأعمدة**

تمثيل تخطيطي للمعلومات على شكل رسم بياني يشتمل على عدد من الأعمدة ، يكون طول كل عامود متناسباً مع كمية أو مقدار . ويستعمل هذا الرسم البياني على سبيل المثال في مقارنة بنود فئات كميات مع بعضها بعضاً ، وكذلك في وصف إنجاز عمل أو أعمال خلال فترات معينة من الزمن .

53-Bargain Hunters — صائدو الفرص

هم أحد أنواع المشترين الذين لا يشترون إلا في الفرص التي تحقق لهم ربحاً أكيداً أو مضموناً ، لذلك تراهم يجوبون المتاجر ويفاوضون البائعين كثيراً ، ويبحثون عن بائعين متعثرين لديهم أزمة مالية ، حتى يشتروا ما يريدونه من السلع بأرخص سعر وأعلى جودة .

54-Barrires of Communication — معوقات الإتصال

مجموعة من العوامل المادية وغير المادية التي تصدر عن المتصل أو المتصل به أو عن وسيلة الإتصال ، أو عن البيئة المحيطة بالإتصال ، فتؤثر سلباً في فاعليته ونجاحه ، وهذه المعوقات تختلف من إتصال لآخر حسب نوعه (شفهي ، كتابي) وطبيعته ومن أمثلتها :

- عدم إدراك المتصل لما يريد نقله للمتصل به .
- عدم إدراك المتصل به لما ينقل له .
- عدم كفاءة وسيلة الإتصال .
- عدم وضوح الهدف من الإتصال .
- الضجة والتشويش في مكان الإتصال (الإتصال اللفظي) .
- عدم وضوح مضمون الإتصال (الرسالة) .

55-Base Pay — الأجر الأساسي

هو الراتب أو الأجر الذي يتقاضاه الموظف أو العامل قبل إضافة أية زيادة عليه ، أو إقتطاع أي خصم منه كضريبة الدخل .

56-Basic Motion Time — وقت الحركة الأساسية

نظام من الأنظمة الخاصة بوقت الحركة الذي يُقرر مقدماً ، إبتكره "بي برسفريف وجي.ب بايلي" في كندا عام 1950 . في هذا النظام كما هو الحال في الأنظمة الأخرى الخاصة بالوقت ، يحدد ويقرر مقدماً الوقت الذي يجب أن يلتزم به العامل في كل حركة من الحركات الأساسية التي يقوم بها ، وهذه الحركات تكون مقررة عليه مقدماً والتي يُسمح له القيام بها . وبالتالي فالحركات وتواقيتها تحدد بشكل مسبق ويلتزم بها العامل خلال أداء عمله وتكون بمثابة حركات وتواقيت معيارية أو قياسية . ويقصد بالحركة الأساسية في هذا النظام ، بأنها الحركة المفردة الكاملة لأحد أعضاء الجسم ، حيث يأخذ هذا النظام في حسابه المسافة

التي يقطعها العضو في حركته ، والإنتباه البصري اللازم لإكمال الحركة ، ودرجة الدقة المطلوبة ، ومقدار القوة اللازمة في الرفع ، والإنتباه العقلي المطلوب ، حيث كل هذه الأمور تؤخذ في الحسبان عند تحديد زمن أو وقت الحركة الأساسية .

57-Basic Wage and Salary — الراتب أو الأجر الأساسي

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف:

Base Pay

58-Batch — الدفعة

كمية من المواد ، أو القطع تُختار كوحدة واحدة لتصنيعها ، والكمية التي تنتج عن التصنيع تسمى بالدفعة . وفي حالة المشتريات تمثل الكمية التي يراد شراءها أو إستلامها مرة واحدة بالدفعة أيضاً . وكذلك في البيع تمثل الكمية التي يراد تسليمها للزبون مرة واحدة دفعة .

59-Batching Production — الإنتاج بالدفعات

أسلوب يستخدم في مجال الإنتاج والعمليات ، بموجبه يتم تقسيم تصنيع المنتج إلى الأجزاء المكون منها ، حيث يقوم بتصنيع كل جزء (حسب تصميمه الهندسي) مرحلة ومجموعة إنتاجية واحدة (آلات ، معدات ، عمال) . في هذه الحالة لا يمكن تركيب الجزء المنتهي الصنع في المرحلة التالية إلا بعد إنتهاء تصنيع الجزء (المرحلة) السابق ، وهذا يعني وجود فترات إنتظار بين مراحل التصنيع ، ذلك لأن الزمن اللازم لإنتاج كل جزء غير متساوي مع زمن إنتاج الأجزاء الأخرى .

60-Bearer Bonds — السندات لحاملها

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، التي لا يسجل عليها إسم حاملها في سجلات الشركة التي أصدرتها ، وهي قابلة للتداول في السوق المالي .

61-Beat the Competition Strategy — إستراتيجية أضرب المنافسة

هي إحدى الإستراتيجيات الهجومية ويسميها بعضهم بإستراتيجية محاربة المنافسة ، بموجبها تقبل المنظمة التي تتبناها بالربح المنخفض ، حيث تقوم بعرض سلعتها أو خدمتها في السوق بسعر لا يحقق لها سوى ربح قليل ولفترة زمنية محددة ، ويكون هذا السعر أقل بشكل ملحوظ عن أسعار المنتجات أو الخدمات المنافسة والغاية منها إتاحة الفرصة للمستهلكين في السوق تجربة سلعتها أو خدمتها ومقارنة مزاياها مع المنتجات والخدمات المنافسة ، ليكتشفوا أن منتجها أفضل من المنتجات المنافسة . وينصح بتبني هذه الإستراتيجية في حالتين :

- المنتج جديد أي تطرحه منظمة موجودة في السوق وهذا المنتج يُطرح لأول مرة .

- مشاريع الأعمال الجديدة التي هي غير معروفة بعد في السوق ، وتقدم منتجها أو خدمتـــها لأول مرة .

62-Beginning Inventory **مخزون أول المدة**

ويمثل أرصدة المواد أو البضاعة الموجودة فعلياً في المخزن في 1/ 1 ، أي في بداية السنة المالية أو المحاسبية، أو بداية النشاط .

63-Behavior Adaption **تكيف السلوك**

قيام الفرد بتعديل أو تغيير سلوكه ، كي يتسق مع سلوك الجماعة أو الفريق الذي ينتمي إليه أو يعمل فيه، أو ليتماشى مع موقف معين يواجهه .

64-Behavior Description Interview **مقابلة وصف السلوك**

هي إحدى أنواع المقابلات الموجهة أو المخططة التي يتم من خلالها توجيه عدد من الأسئلة للفرد الذي تجري مقابلته والمحددة مسبقاً ، من أجل الكشف عن سلوكاته في مواقف معينة تَعرض لها في الماضي ، حيث يمكن من خلال إجاباته عن التصرفات والسلوكات التي قام بها في تلك المواقف ، إستنتاج بعض الأمور التي يمكن من خلالها الحكم عليه في ما يخص موضوع معين ، كأن يصلح لوظيفة معينة أم لا ؟. وقد تنفذ المقابلة بأسلوب آخر وهو أن يعرض عليه موقف معين على شكل أسئلة ويطلب منه الإجابة عنها ، حيث تشكل هذه الإجابات أسلوب تصرفه لمعالجة الموقف مثال: إذا كنت في وردية عمل ليلاً ولديك ولد مريض ويحتاج إلى طبيب ، ماذا تفعل ؟

65-Behavior Modeling Learning Approach **مدخل سلوك التعلم النموذجي**

هو أحد المداخل المستخدمة في مجال تصميم عملية التعلم التدريبي ، ويقوم على معلومة أساسية مفادها : بإمكان البشر ومن خلال ما يمتلكونه من ذكاء وقدرة على تقليد الأشياء ، أن يشكلوا أنماطاً أو نماذج سلوكية ملائمة لواقع عملهم . من خلال ذلك تسعى العملية التعليمية إلى تعليم الفرد وإكسابه أنماطاً ونماذج سلوكية إيجابية صحيحة وناجحة ، بإمكانه الإقتداء بها على أرض الواقع . لذلك تعرض على المتدربين نماذج سلوكية ناجحة ،تشرح لهم ويُعلمون كيف يستفيدون منها على أرض الواقع وفي أعمالهم .

66-Behavior Modification Theory **نظرية تعديل السلوك**

انظر المعنى في المصطلح المرادف :

Behavior Re-enforcement Theory

نظرية تعزيز أو تقوية السلوك

67-Behavior Re-Enforcement Theory **نظرية تعزيز السلوك**

هي إحدى نظريات الدافعية الإنسانية والحفز الإنساني وتقوم على مفهوم أساسي مفاده هو : أن الإنسان بالغريزة وحب البقاء يبحث عن السلوك أو العمل الذي يحقق له منفعة ويكرر هذا السلوك عند حصوله عليها ، ويبتعد عن السلوك الذي حقق له ضرراً ، ولا يكرره إن حدث هذا السلوك . فالفرد الذي يحصل على حافز ما نتيجة جهده (منفعة) سيكرر هذا السلوك مستقبلاً ، وإذا لم يحصل على شيء أو حصل على ضرر لن يكرر بذل هذا الجهد ثانية ، وكلما زادت المنفعة أو الضرر زادت الدافعية . في هذه الحالة وفي ضوء مفهوم هذه النظرية يتوجب على المنظمة إستخدام نوعين من الحوافز : إيجابية لتعزيز السلوك الإيجابي وسلبية (عقوبات) لمنع السلوك السلبي الذي يسمى بالتعزيز أيضاً ، وهذا بحد ذاته يعتبر تعديلاً للسلوك .

68-Behavioral Job Design Approach — المدخل السلوكي في تصميم العمل

يهدف هذا المدخل في تصميم العمل إلى تحسين نوعية الحياة في مكان العمل ، حيث ركز على خمسة مبادئ أساسية يجب أن تتوفر في التصميم وهي ما يلي :

- التأكيد على الرقابة الذاتية من أجل تحقيق الإشباع المعنوي للعاملين ، والإحساس بالمسؤولية .
- إنهاء العملية ، أي جعل الفرد أو فريق العمل مسؤولاً عن إنجاز عمل واحد من بدايته حتى نهايته.
- تنويع المهام ، وهذا يعني توسيع نطاق التخصص لإكساب الفرد مهارات أكثر وجعل العمل فيه إثارة .
- الإستقلالية ، أي أن يوفر العمل لشاغله قدراً من المرونة وحرية التصرف .
- التفاعل ، أي تحقيق التفاعل والترابط بين الوظائف ، عن طريق توفير حرية الإتصال مع الآخرين، وإقامة علاقات إجتماعية بينهم ، وأن يسمح التصميم لنشوء تعاون في ما بين شاغليها.

69-Behavioral Observation Scale — مقياس الملاحظة السلوكية

أحد الأساليب المستخدمة في تقييم أداء الموارد البشرية ، بموجبه يتم حصر أبعاد السلوك الجيد فقط وصياغتها على شكل عبارات أو جمل وصفية ، لكل منها قيمة أو وزن يحدد أهميتها . ويطلب من المقيم من خلال المعلومات التي لديه عن الشخص الذي يقيم سلوكه ، أن يحدد أي من العبارات (صفات) تحدث أو موجودة لديه ، فالصفة المتوفرة لديه يحصل على نقاطها ، أما غير المتوفرة فيخسر نقاطها . في الأخير تجمع النقاط ويستخرج متوسطها الذي يعبر عن مستوى سلوك الفرد : ممتاز ، جيد جداً ، جيد ، وسط ، ضعيف .

70-Behavioral School — المدرسة السلوكية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Behavioral Theory

71-Behavioral Sciences **العلوم السلوكية**

مجموعة من العلوم الإنسانية (علم النفس ، علم الإجتماع ، السلوك التنظيمي ...الخ) التي تدرس السلوك الإنساني وتعمل على تفسيره ، من أجل التعامل معه بشكل إيجابي . فتتناول تفسير الشخصية الإنسانية ، وأنماطها ، ودوافعها ، ومحفزاتها ، والعقد النفسية ....الخ .

72-Behavioral Theory **النظرية السلوكية في الإدارة**

هي إحدى نظريات الإدارة التي تشتمل على عدد من النظريات الفرعية ، وهي إمتداد لنظرية العلاقات الإنسانية ، حيث إعتمدت على علم النفس والإجتماع لتفسير السلوك الإنساني داخل المنظمة ، ومعرفة التعامل معه بشكل إيجابي ، وتقوم على مفهوم أساسي هو: أن المنظمة مكان للعمل والحياة معاً ، وأن العمل وسيلة للحياة ، والإنسان هو الوحدة الأساسية التي تتكون منها المنظمة التي هي ليست مجرد هيكل جامد من العلاقات ، بل هي إلى جانب ذلك شكل حيوي يضم أفراداً يُسيرون العمل فيها ويتقنونه ، ولديهم أنماط سلوكية ، وعادات إجتماعية ، تؤثر في سلوكهم وأدائهم . وعليه فهذه النظرية تسعى إلى دراسة سلوك الفرد والجماعة أثناء العمل ، من أجل تفسيره ومعرفة دوافعه وحاجاته التي تؤثر فيه . كما تسعى إلى معرفة تأثير المجتمع في سلوك الفرد والجماعة . لذلك على القيادة الإدارية أن تعرف بأن العلاقات الإنسانية هي علم وفن ، وأن داخل المنظمة تنظيم غير رسمي (الجماعات والشلل) يعمل إلى جانب التنظيم الرسمي ، يجب التعامل معه بشكل إيجابي وعدم مقاومته ، لأن له تأثير كبير في نجاح المنظمة .

73-Behind-the Scene-Operators **العاملون في صمت**

فئة من العاملين الذين لا يحبون الأضواء والدعاية والتفاخر ، فهم يؤثرون أن يؤدوا أعمالهم ويحققوا الإنجازات في صمت .

74-Beliefs **معتقدات**

هي إقتناع وقبول الإنسان لفكرة معينة أو لإتجاه فكري معين ، أو حدث ، أو مذهب محدد ، عن طريق الإتصال بالشيء موضوع الإعتقاد مباشرة ، أو الحصول على معلومات عنه ، أي بشكل غير مباشر عن طريق الآخرين . ولا يتشكل الإعتقاد إلا بعد دراسة تحليلية للشيء الذي هو موضوع الإعتقاد والوصول إلى إستنتاج مقنع حوله . وبالتالي فالمعتقدات هي القاعدة أو الخلفية التي تشكل الإتجاهات ، التي تكون بدورها مسؤولة عن توجيه السلوك الإنساني ، وعن تشكيل القيم التي يؤمن بها الفرد ويلتزم بمضمونها.

75-Belonging Need **حاجة الإنتماء**

يعبر الإنتماء عن الإرتباط بشيء ، وبالتالي فهو شعور فطري غريزي لدى الإنسان بأنه ينتمي إلى أسرة أو عشيرة ، أو مدينة ، أو بلد ... الخ ، بحيث يكون مرتبطاً بها ويقدم ولاءه وإلتزامه لها ، ويخضع لعاداتها وتقاليدها وقيمها ونمط سلوكها . هذه الحاجة تعتبرها منظمات اليوم شيئاً ذو أهمية كبيرة ، يتوجب زرعه لدى العاملين فيها ، ليشعروا بأنهم جزءاً منها ومرتبطين بها ، وهذا يشكل دافعية إيجابية قوية للعمل .

76-Benchmark Jobs — **الوظائف المعيارية**

مصطلح يستخدم في مجال تقييم الوظائف ، حيث يُنتقى مجموعة من وظائف المنظمة كعينة لتمثل وظائفه، ثم تقيم كل منها وفق معايير تقييم محددة . بناء على هذا التقييم يجري تقييم باقي وظائف المنظمة ، وذلك عن طريق مقارنة وصف كل منها مع وصف الوظائف المعيارية .

77-Benchmarking — **المعايرة**

أسلوب لمقارنة نشاط المنظمة ككل أو جزء (مجال عمل ، نظام معين ... الخ) من نشاطها مع المنظمات الأخرى التي تعمل بنفس المجال الذي تعمل فيه ، وهذه المنظمات يجب أن تكون ناجحة ورائدة ، وذلك من أجل إعتبارها معياراً لمقارنة وضعها بها . والهدف من ذلك هو تقييم وضعها كلياً أو جزئياً بالمقارنة مع نموذج مثالي وهو منظمة أخرى ناجحة ، وهذا كله من أجل السعي مستقبلاً للوصول لهذا المعيار أو الوضع المثالي وتجاوزه إن أمكن .

78-Beneficiary — **المستفيد**

هو حامل الورقة المالية تظهيراً أو تحريراً ، وهو الذي يحق له قبض المبلغ المذكور عليها .

79-Benefit Market Segmentation — **تجزئة السوق حسب معيار المنفعة**

أحد المعايير المستخدمة في مجال تجزئة السوق ، بموجبه يصنف المستهلكين المحتملين للسلعة أو الخدمة المراد تسويقها إليهم فيه، في مجموعات أو فئات وفق أسباب شرائهم للسلعة أو الخدمة أي حسب المنفعة التي يتوقعون الحصول عليها من جراء شرائهم للسلعة أو الخدمة .

80-Benefits — **المزايا الإضافية**

ويسميها بعضهم بالمزايا العينية ، وتدخل في تصنيف الحوافز غير المباشرة وتأخذ شكل خدمات متنوعة ذات قيمة مالية تقدمها المنظمات لجميع العاملين فيها (العمال الدائمون) دون مقابل ، أو بتغطية جزء من تكلفتها ، ودون إستثناء فئة منهم وبغض النظر عن مستوى كفاءتهم ، وقد أُطلق عليها تسمية الحوافز غير المباشرة ، بسبب أن الحصول عليها غير مرتبط بمستوى الأداء . والمزايا الإضافية إما أن تكون طوعية كحافز تقدمه المنظمة للعاملين لديها ، أو إجبارياً بموجب القوانين كالتأمين على الحياة مثلاً .

81-Bid Bond — **كفالة ضمان مبدئية**

هي عبارة عن خطاب ضمان يصدره المصرف للغير لمصلحة أحد المتعاملين معه الذي قد يكون مقاولاً أو رجل أعمال ، لتمكينه من المشاركة في المناقصات المحلية أو الخارجية .

82-Bids **عروض (عطاءات)**

ويسميها بعضهم بإستجرار العروض وهي إحدى طرق شراء السلع أو الخدمات . بموجبها تقوم المنظمة صاحبة الحاجة بالإعلان عن حاجتها لسلعة أو أكثر أو خدمة معينة (صيانة ، تمديدات صحية أو كهربائية...الخ)، وبمواصفات محددة ، وتطلب من لديه الإمكانية على توريد هذه السلعة أو تنفيذ الخدمة، أن يقدم سعره كتابياً للمنظمة وخلال فترة زمنية محددة ، حيث يتم إختيار السلعة (أو العرض) الأقل من ضمن الأسعار المعروضة .

83-Bilateral Trade Agreement **إتفاقية التجارة البينية**

إتفاقية تجارية ثنائية تتم بين بلدين ، تتضمن شروطاً تنظم التجارة بينهما ، وبشكل خاص عمليات الإستيراد والتصدير ، في ما يخص الرسوم الجمركية ، والسلع المسموح بدخولها وكمياتها ، وعمليات فحص البضائع ، والموانئ المسموح الدخول منها . وتجدر الإشارة إلى أن إتفاق التجارة البينية يقوم على أساس المعاملة بالمثل بين البلدين .

84-Bill of Exchange **كمبيالة (سفتجة)**

صك يحرره شخص يسمى الساحب يأمر فيه شخصاً آخر يسمى المسحوب عليه بوفاء مبلغ من المال في تاريخ معين ، لإذن شخص ثالث هو الحامل أو المستفيد . والكمبيالة شائع إستخدامها في مجالات الأعمال بشكل عام والتجارية بشكل خاص ، وبالتالي فهي تعبير عن قرض مالي يقدمه تاجر أو مُصنع للآخرين ، وهي ضمان له بسداده .

85-Bio-Data and Information **سيرة المعلومات والبيانات الذاتية**

Bio هي إختصار لكلمة Biographical وتعني الصورة أو السيرة الذاتية ، التي هي عبارة عن بيان مكتوب يشتمل على بيانات ومعلومات شخصية يعدها الفرد عن نفسه وتتعلق بإسمه ، عنوانه ، حالته الإجتماعية والصحية ، وإهتماماته ، وميوله ... الخ . وتفيد هذه السيرة أنها تعطي تعريفاً عاماً وشاملاً عن صاحبها للآخرين ، وتُطلب عادة عند التقدم للتوظيف في أية منظمة .

86-Biologic-Personality Theory **النظرية البيولوجية عن الشخصية**

صاحب هذه النظرية هنري موريَ " Henry Murry " الذي يرى أن التكوين العضوي للإنسان هو الأساس لدراسة وفهم الشخصية الإنسانية ، فتطور الشخصية يتماشى مع مراحل التكوين العضوي وتجاربه في البيئة التي يعيش فيها . فمع تزايد عمر الإنسان الزمني يمر بمراحل نفسية مختلفة ويكتسب من

خلالها صفات متعددة من البيئة التي يعيش فيها عن طريق الإحتكاك مع الآخرين ، والتعلم ، والثقافة ...الخ ، فشخصية المراهق مثلاً تختلف عن شخصية الإنسان ذي الأربعين سنة .

87- Bird-Strategic Management Approach — مدخل الطير في الإدارة الإستراتيجية

هو أحد المداخل المستخدمة في مجال الإدارة الإستراتيجية ، بموجبه تقوم المنظمة بالمفاضلة بين الفرص المتاحة للإستثمار والمتوفرة في بيئتها الخارجية (السوق) في ضوء إمكاناتها وظروف السوق ، لاختيار أفضلها . وسمي بهذه التسمية كناية عن بحث الطير عن أفضل غصن في شجرة كثيرة الأغصان ليوفر لنفسه وقوفاً مريحاً وآمناً .

88-Black Market — سوق سوداء

هي سوق غير نظامية يتم فيها بيع سلعة وفق مبدأ الإحتكار ، حيث يكون سعر بيعها فيه ، أكبر من سعر بيعها الحقيقي . وينشأ هذا السوق في حالة ندرة السلعة ، حيث يكون عرضها في السوق قليلاً والطلب عليها كبيراً .

89-Blank Endorsement — التظهير على بياض

ويسميه بعضهم بالتظهير المفتوح ويعني ، التوقيع على ظهر أية أداة مالية (شيك مثلاً) قابلة للتداول ، دون تسمية الشخص المظهر له .

90-Blank Page — الصفحة الخالية

ورقة بيضاء لا تشتمل على كتابة جاهزة للنسج عليها .

91-Blind Selling — البيع الأعمى

يقصد به البيع بدون فحص ومعاينة ، ويتم هذا النوع من البيع للسلع ذات الثمن الرخيص ، والجودة المتدنية والمعروفة بشكل مسبق من قبل الشاري ، كما يتم بالنسبة لشراء السلع القديمة أو المتقادمة بالمزادات العلنية .

92-Block Discount — خصم الحجم الكبير

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Quantity Discount

خصم الكمية

93-Blocked Accounts — حسابات مجمدة

انظر المعنى في المصطلح المرادف :

Frozen Account

94-Blue Collar Workers العمال أصحاب الياقة الزرقاء

تسمية أطلقت على العمال الصناعيين وعمال الخدمات الفنية والصيانة في مجال النجارة والحدادة والكهرباء ... الخ . ويعود سبب التسمية إلى أن هؤلاء يرتدون عادة ملابس عمل زرقاء لتتحمل الأوساخ الناجمة عن ممارستهم للعمل . وتجدر الإشارة إلى أن هؤلاء العمال لا يمارسون أعمالهم في المكاتب بل على خطوط الإنتاج والورش الفنية .

95-Board Interview مقابلة المجلس

لقاء ينفذه مجموعة من الأشخاص هم أعضاء المجلس مع فرد ما من أجل الحصول على معلومات معينة منه . فبدلاً من أن يَمثل الشخص أمام كل عضو على إنفراد من أجل طرح الأسئلة عليه والحصول على إجابات ، يحضر أمام جميع الأعضاء بآن واحد ، ويطرح كل منهم أسئلته أمام الأعضاء الآخرين .

96-Board of Directors مجلس الإدارة

هي الجهة العليا المعنية في وضع إستراتيجية المنظمة العامة من أجل تحقيق أهدافها ، ورسم سياسات العمل فيها ، وإعتماد القرارات المتخذة فيها وفق نظامها الداخلي ، وإقرار ميزانيتها الختامية ، وتقييم أعمالها . ويختلف تكوينه من القطاع العام عن الخاص ، ففي العام يتم تشكيله عن طريق تعيين أعضائه من جهة حكومية صاحبة الحق في ذلك . أما في القطاع الخاص ، ففي شركات الأموال مثلاً يتم إنتخابه من قبل الجمعية العمومية (المساهمون) ، أما في شركات الأشخاص ، فيتشكل من الملاك أصحاب رأس المال .

97-Body Language لغة الجسد

مؤثرات غير لفظية حركية تصدر عن شخص ما يريد نقل معلومة لشخص آخر من خلال حركات اليدين والوجه والأرجل ، وتستخدم كوسيلة إتصال مع المصابين بالصم والبكم . كما تستخدم كأداة مساعدة في عملية الإتصال الشفهي للتأكيد على معلومة معينة ، فهز الرأس لتحت مثلاً إشارة على الموافقة أو الفهم .

98-Bold Face Type الحرف الأسود

حرف غليظ مميز يستخدم في الطباعة .

99-Bond Holder حامل السند

السند هو قرض مالي بمبلغ ليس كبيراً ، تُصدره الشركات المساهمة عادة والحكومات أيضاً من أجل الإكتتاب فيه كمصدر من مصادر التمويل المالي . يتضح من ذلك أن حامل السند هو مقرض يستثمر ماله في السند ، وبالتالي فهو لا يحصل على أرباح بل على الفائدة المحددة على السند ، وبتاريخ محدد وهو تاريخ إستحقاق السند ، يسترجع حامله قيمة سنده .

100-Bond Transfer **تحويل السند المالي**

هو تحويل ملكية السند المسجل من شخص لآخر في سجلات الجهة المصدرة له ، أو الجهة الموكل إليهــا إدارة السندات ، وذلك بموجب طلب تحويل أصولي من قبل مالك السند .

101-Bonded Goods **بضاعة محتجزة في الجمرك**

هي البضاعة المحتجزة والمخزنة في مستودعات الجمرك لحين قيام مستوردوها بسداد الرســوم الجمركيــة المترتبة عليها ، ويدفع إضافة إلى الرسوم الجمركية رسوم التخزين أي رسوم أرضية المستودع المخزنة فيه .

102-Bonds **سندات**

قرض مقسم إلى أجزاء متساوية في القيمة كل جزء يسمى بالسند ، وتصدر السندات إما عن الدولة (وزارة المالية) ، أوالشركات ، حيث تُطرح للإكتتاب عليها للعامة (الناس) لمن يريد. ويسجل على السند قيمته الإسمية ، والفائدة المستحقة عليه بإعتباره قرضاً ، وتاريخ إستحقاقه . إذاً يمكن القول بأن السند نصيب شخص في قرض طرحته الدولة أو شركة في إكتتاب عام .

103-Bonus **مكافأة**

مبلغ من المال يصرف للعامل أو الموظف صاحب التميز في أدائه وعطائه ويأخذ شكلين : الأول إذا حقق معدل أداء معين يشير إلى مستوى كفاءة معين في عمله ، كأن يقول إذا حقق تقدير ممتاز يستحق مكافــأة كذا . الثاني إذا قام الفرد بعمل متميز كتقديم إقتراح جيد أوحل مشكلة معينة ...الخ . والمكافأة لا تعتــبر جزءاً من الراتب أو الأجر وهي من الحوافز المباشرة ، وتصرف لمرة واحدة أو أكثر في كل مرة يتميز فيهــا العامل أو الموظف .

104-Book of Terms **دفتر الشروط**

يستخدم هذا المصطلح في مجال شراء البضائع والمستلزمات وتنفيذ التعهدات عن طريــق المناقصــات ، حيث يقوم الشاري الذي هو في الغالب شركة (صاحبة الحاجة) بإعداد وإعلان دفتر يتضمن المواصــفات الفنية المطلوب توفرها في البضاعة المطلوبة أو العمل المراد تنفيذه ، وكيفية التسليم ، وشــروط الإســتلام والفحص ، ومكان التسليم ...الخ ، حيث عند قبول البائع أو المتعهد بتنفيذ العمل (الــذي رســا عليــه الشراء أو التعهد) يكون ملتزماً بما جاء فيه ، ويُسأل قانوناً إذا أخل بهذه الشروط .

105-Bottle Neck at Work Flow **عنق الزجاجة في تدفق العمل**

يسميها بعضهم بنقطة الإختناق وهو مصطلح معروف في مجال تبسيط الأعمال ، ويشير إلى أن خطوة أو أكثر من خطوات أو مراحل العمل الواحد يتأخر عندها إنسيابه أو تدفقه . ويحدث هذا الإختناق عنــدما يكون زمن تنفيذ إحدى الخطوات أكثر من زمن تنفيذ باقي الخطوات، هذا الإختناق يدعى بعنق الزجاجة .

106-Bottom Line **قاعدة الهرم التنظيمي (العمال المنفذون)**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Operational Line

الخط (المستوى) التشغيلي

107-Bottom up-Management **الإدارة من القاعدة (الأسفل) للأعلى**

أسلوب إداري يؤكد بأن أساس تنفيذ العمل في أية منظمة هو قاعدة الهرم التنظيمي أي عمال الإنتاج أو المنفذون ومشرفيهم ، ففي القاعدة يتم تنفيذ أعمال المنظمة . وبالتالي يؤكد هذا الأسلوب على أن وضع الإستراتيجية والسياسات وصنع القرارات في الإدارة العليا والوسطى ، يجب أن ينطلق من القاعدة ، فالتقارير التي تعدها الإدارة الإشرافية عن تنفيذ العمل وسيره وظروفه ومشاكله ... الخ ، توفر المعلومات الضرورية التي تبنى عليها الإستراتيجية وصنع القرارات بحيث تكون متماشية مع الواقع والظروف . إذاً يمكن القول أن هذه الإدارة هي توجه ديموقراطي يشير إلى أن خطط وقرارات المنظمة لا تقر ولا تدرس في الإدارة العليا ، دون العودة لآراء وقناعات المستويات الإدارية الأدنى .

108-Bottom up-Planning **التخطيط من الأسفل للأعلى**

يعبر عن الإتجاه الذي يسير فيه تخطيط المنظمة ووضع خطتها . بموجبه يبدأ التخطيط ووضع الخطة من قاعدة الهرم التنظيمي ،حيث تقوم كل وحدة إدارية في المستوى الإداري الواحد وفي ضوء أهداف المنظمة، بوضع الخطة الخاصة بها وترفعها للمستوى الإداري الأعلى من أجل دراستها وتعديلها حسب الحاجة ، إلى أن تصل الخطط لمستوى الإدارة العليا ، التي تقوم بتعديلها وتنسيقها وتوحيدها وجعلها خطة واحدة تشمل المنظمة كلها وتعبر عن خطتها .

109-Boxing and Carting **الكرتنة والصندقة**

عمليتان تستخدمان في مجال تعبئة وغلفنة البضائع أو السلع . فالكرتنة يقصد بها هنا وضع السلعة في علب مصنوعة من الكرتون من أجل سهولة وسلامة نقلها . أما الصندقة فهي وضع السلعة في صناديق معينة (خشبية ، معدنية) من أجل حمايتها أثناء عملية نقلها وسهولة تداولها .

110-Boycotts **مقاطعة منتجات الشركة**

إجراء بديل عن إضراب العمال عن العمل تلجأ إليه النقابات العمالية . بموجبه تطلب النقابة من العمال مقاطعة منتجات الشركة التي يعملون فيها وعدم شرائها ، كوسيلة ضغط إقتصادية على إدارة المنظمة من أجل تلبية مطالبها .

111-Brain Storming **العصف الذهني/ توليد الأفكار**

جلسات تضم مجموعة من الأشخاص يُطلب منهم أن يقدموا ما يشاؤون من أفكار جديدة حول مشكلة ما أو موضوع معين ، ويفضل أن تكون غريبة وفريدة وجنونية أحيانا لم يسبق تقديمها من قبل . كما يطلب منهم تنمية الأفكار المطروحة بإضافة أفكار أو عناصر جديدة عليها ، أو ربطها بأفكار أخرى بحيث تتكامل أفكار المشاركين ولا تتناقض ، أي توفير إنطلاقة وحرية فكرية دون قيود . إذاً العصف الذهني هو وسيلة لإثارة الفكر والنشاط الذهني عن طريق إحداث إضطراب مفاجئ في التفكير ينتج عنه أفكار غير متوقعة مبتكرة ، وبالتالي لا يسمح العصف بربط التفكير بنمط ذهني معين . وقد أُستحدث هذا الأسلوب الأمريكي " osborne " الذي كان يعمل في مجال الدعاية والإعلان .

112-Brain Storming –Free Riding Problem — **مشكلة الراكب المجاني في أسلوب العصف الذهني**

مضمون هذه المشكلة يشير ، إلى أن الأفكار التي تتولد من خلال جماعة العصف الذهني ، إنما تنجم عن فكرة يطرحها أحد أعضاء الجماعة ، الذين يقومون بإضافة أفكار مكملة لها ، لتصل الفكرة إلى صورتها النهائية . وفي هذه الحالة لا يمكن أن تنسب الفكرة إلى صاحبها ، بل تنسب إلى الجماعة كلها ، وهنا يشعر صاحبها بأن لولا فكرته التي طرحها لما تمكن باقي الأعضاء من طرح أفكارهم المكملة لها ، وبالتالي فقد حصلوا على منفعة مجانية .

113-Brain Worker — **العامل الذكي (النير)**

يشير معنى هذا المصطلح إلى العامل الذكي الذي يمتلك فكراً متميزاً يساعده على تقديم الإقتراحات النيرة ، وإبتكار الأشياء الجديدة ، وأداء المهام الصعبة .

114-Branch Stores — **متاجر الفروع**

تنشأ هذه المتاجر عن طريق وجود متجر كبير وفيه أقسام (قسم العطور، قسم الملابس النسائية ، قسم أدوات التجميل ....الخ) ، ولكل قسم فيه مشرف يدير أعماله . ثم بعد فترة تقرر إدارة هذا المتجر الكبير إنشاء أو إفتتاح فروع له في مناطق جغرافية أخرى ، يكون في كل منها أيضاً أقساماً كما هو الحال في المتجر الأم ، ويكون رئيس القسم في الفرع تابعاً لرئيس القسم في المتجر الرئيس أو الأم .

115-Brand — **علامة تجارية مميزة**

هي الاسم أو العبارة أو الرمز أو كل هذه العناصر مجتمعة التي تُعرف بها سلعة أو خدمة معينة في السوق، وهذه العلامة هي التي تميز السلعة أو الخدمة عن غيرها من السلع والخدمات المماثلة التي يقدمها المنتجون للسوق .

116-Brand Awareness — **الوعي بالعلامة التجارية(الماركة)**

يستخدم هذا المصطلح في مجال التسويق وبشكل خاص في حقل الترويج . ويشير معناه إلى مدى إدراك المستهلك المحتمل في السوق المستهدف للمنتج وتمييزه له عن باقي السلع المنافسة له في السوق. ولا يقصد بالإدراك أو الوعي هنا بالمعرفة السطحية بالمنتج ، بل يقصد به الإلمام الجيد بكل ما يتعلق به من معلومات مثل : إسم المنتج ، الشركة المنتجة له ، مزاياه ، سعره ، أماكن بيعه ...الخ .

117-Brand Image **صورة ذهنية عن علامة تجارية تخص سلعة معينة**

هي الإنطباع الذي يتولد لدى المستهلك في السوق سواء أكان مستهلكاً فعلياً أم مستهلكاً محتملاً ، عن سلعة معينة من ضمن مجموعة سلع معروضة في السوق ، وسواء أكان هذا الإنطباع إيجابياً أم سلبياً .

118-Brand Line Extension **خط العلامة التجارية الواسع**

العلامة التجارية بوجه عام هي : إسم ، أو شكل ، أو تصميم ...الخ ، أو مزيجاً منها ، تستخدم من أجل تمييز منتج ما أو خدمة معينة تنتجها أو تقدمها شركة ما ، عن باقي المنتجات أو الخدمات المماثلة المعروضة في السوق من قبل المنافسين . أما الخط هنا فيعني سلسلة أو مجموعة منتجات تنتجها شركة واحدة وتضع عليها نفس العلامة التجارية الخاصة بها ، مثل شركة (LG) الكورية التي تضع علامتها التجارية على سلسلة منتجاها . ويستخدم خط العلامة التجارية بشكل خاص ، عندما تكون العلامة التجارية معروفة ورائجة في السوق .

119-Brand Manager **مدير الصنف (أو العلامة التجارية)**

مصطلح يستخدم في مجال التسويق وإدارة المبيعات بشكل خاص . ويعبر عن موظف تنفيذي مسؤول عن تسويق صنف أو سلعة معينة تحمل علامة تجارية بين مجموعة سلع تنتجها الشركة ، ويعمل تحت إشراف مدير التسويق الذي يرأس مجموعة مديري الأصناف .

120-Brand New **سلعة جديدة تماماً**

سلعة جديدة تطرح لأول مرة في السوق وتحمل في العادة علامة تجارية تميزها عن السلع الأخرى المماثلة.

121-Brand Product Market **سوق ماركة المنتج**

سوق متخصص تباع فيه سلعة معينة فقط بماركات مختلفة ، كل منها تخص شركة أو منتج معين كسوق أو معرض الطائرات في دبي مثلاً ، الذي تعرض فيه الشركات المنتجة للطائرات طائراتها ، التي تحمل كل منها ماركة أو إسماً تجارياً خاصاً بها مثل : Air Bus ، Boeing ...الخ .

122-Branded Goods **السلع المميزة**

هي السلع (أو الخدمات) التي يكون لها علامة تجارية خاصة بها ، بشكل تميزها عن مثيلاتها من السلع الموجودة في السوق ، لأن العلامة التجارية هي بمثابة هوية شخصية تحملها السلعة أو الخدمة وتميزها عن مثيلاتها .

123-Breadth of Functional Knowledge **إتساع المعرفة الوظيفية**

هو أحد المعايير التي تستخدم في مجال وصف وتقييم الوظائف ، ويعبر الإتساع هنا عن تنوع المهارات والمعرفة الوظيفية المطلوبة أو التي يحتاجها تنفيذ مهام وظيفة ما.

124- Breadth of Financial Knowledge **نظرية إتساع السوق المالي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Advanced Decline Theory

نظرية الإرتفاع والإنخفاض

125- Breadth Work Hours System **نظام توسيع ساعات العمل الرسمية**

أحد أساليب تنظيم ساعات العمل إستحدثته منظمات ألمانيا في أواخر الستينات . بموجبه يُجعل زمن العمل في المنظمة /12/ ساعة تبدأ من الساعة السادسة صباحاً وحتى السادسة مساء ، وهذا الزمن يقسم إلى ثلاث فترات على النحو التالي :

1 -من 6 صباحاً حتى 10 صباحاً .
2 -من 10 صباحاً وحتى الثالثة بعد الظهر .
3 -من 3 بعد الظهر وحتى السادسة مساءً .

بموجب هذا التقسيم يجبر جميع العاملين العمل خلال الفترة الثانية التي أسموها بفترة الذروة ، حيث يكونوا قد عملوا /5/ ساعات ، وتترك لهم حرية إستكمال وقت عملهم المتبقية ثلاث ساعات إما في الفترة الأولى الصباحية أو المسائية ، حيث يكونوا قد عملوا /8/ ساعات . الغاية من هذا الأسلوب هو توفير المرونة في ساعات العمل كحافز معنوي . و تجدر الإشارة هنا إلى عدم إمكانية تطبيق هذا الأسلوب على خطوط الإنتاج أو المنظمات التي لديها ثلاث ورديات .

126- Break – Down Maintenance **صيانة العطل**

ويسميها بعضهم بالصيانة العلاجية ، وتعني أن الصيانة هنا هي لمعالجة العطل الذي حدث في الآلة ، أي أنها تتم بعد حدوثه .

127-Break-Even Chart **خريطة التعادل**

هي تمثيل بياني يستعمل عادة في إظهار قدرة المشروع على الربح عند مستويات مختلفة من النشاط (الإنتاج) ، حيث يوضح الشكل البياني العلاقة بين متغيرين التكاليف الكلية (ثابتة + متغيرة) عند

مستويات مختلفة من الإنتاج ، وحجم الإيراد من خلال حجم المبيعات عند كل مستوى . فعند تقاطع خطا التكاليف والإيراد (الذي يسمى بنقطة التعادل) ، هذا يعني تساوي الإيراد مع التكلفة الكلية وبالتالي عند هذا المستوى لا يوجد ربح ولا خسارة .

128-Break-Even Point — نقطة التعادل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Break – Even Chart

خريطة التعادل

129-Break-Even Performance — مستوى التعادل في الأداء

هو ذاك المستوى من الأداء أو كمية الإنتاج التي عندها تبدأ عملية دفع الحوافز للعاملين ، لأن أية كمية أداء بعد هذا المستوى تحقق ربحاً . وكلما إرتفعت هذه الكمية عن مستوى الأداء زاد الربح وزادت الحوافز (في حالة ربط الحوافز بالإنتاج) ، وبالتالي لا يجوز دفع حوافز دون مستوى التعادل ، لأن الدفع في هذه الحالة يعني وجود خسارة .

130-Break Even Profit Point Model (BEPP) — نقطة تعادل الربح

وتقاس عن طريق مايلي:

$$\frac{\text{التكاليف الثابتة + الربح المستهدف}}{\text{سعر بيع الوحدة − تكلفة الوحدة المنتجة الواحدة المتغيرة}}$$

ويشير الربح المستهدف إلى متوسط الربح الإقتصادي السائد في مجتمع إقتصادي صناعي معين ، كأن نقول بأن متوسط الربح الإقتصادي في الصناعة الغذائية هو 20%، وبالتالي فالأفضل دائما أن يكون الناتج أكبر من الربح المستهدف .

131-Breakthroughs Approach for Continuous Improvement — مدخل التحسين المستمر دفعة واحدة

يمثل هذا المدخل المدخل الأمريكي في إجراء عمليات التحسين في المنظمة ، حيث يشير مفهومه إلى ما يلي : التحسين لا يأتي خطوة خطوة ، بل يأتي بخطوة أو دفعة واحدة كبيرة وواسعة ، فالأمريكيون لا يقتنعون بأن التحسين يجب أن يأتي على مراحل متأنية ، بل يأتي بمراحل سريعة وعريضة ، أي قفزات سريعة ومتلاحقة بالإعتماد على تكنولوجيا معقدة ومتطورة جداً ، وإمكانات مالية كبيرة للوصول إلى التحسين المنشود . وبعد تحقيق الضربة أو القفزة ، يبدأ التفكير بضربة أخرى تالية على نفس المنوال . يفهم من ذلك أن مدخل التحسين الأمريكي يعتمد على الإمكانات المالية والتكنولوجيا المتطورة أكثر من العنصر البشري في العمل .

132-Bridge Jobs to Retirement **الوظائف الجسرية للتقاعد**

مصطلح يطلق على الوظائف التي يُنقل إليها العاملون من كافة الفئات قبل إحالتهم للتقاعد، حيث تكون مسؤوليات هذه الوظائف أقل من مسؤوليات وظائفهم الحالية والسابقة ، وتكون عادة ذات طابع إستشاري . الغاية من هذه السياسة تخفيف عبء العمل عن كاهل من قارب الوصول إلى سن التقاعد ، لأنه لم يعد بإمكانه صحياً بسبب كبر سنه تحمل أعباء عمل كبيرة كما كان في السابق ، وبالتالي فالوظائف الجسرية هي تهيئة للعاملين لإنتهاء خدمتهم في المنظمة بسبب بلوغهم سن التقاعد .

133-Briefed Communication Groups **جماعات الإتصال المختصر**

في سبيل تفعيل الإتصالات عبر المستويات الإدارية ضمن الهيكل التنظيمي ، راحت المنظمات المعاصرة في أوروبة الغربية ، وأمريكا الشمالية ، بإتباع أسلوب تشكيل لجان من كل مستوى إداري ، تُستدعى اللجنة (الجماعة) لإجتماعات دورية منتظمة من أجل إطلاعها على القرارات المتخذة أو المنوي إتخاذها وعلى السياسات المنوي تطبيقها...الخ وشرحها لهم ، لتقوم هذه اللجنة بشرحها للجنة التي هي في المستوى الأدنى ، وتستمر هذه العملية بهذه الصورة إلى أن تصل للجماعة أو اللجنة في أدنى مستوى إداري . وبالطبع تقوم كل لجنة في كل مستوى إداري بشرح المعلومات للعاملين في المستوى التي هي موجودة فيه . وفي المقابل تقوم الجماعات في المستويات الأدنى بنقل معلومات عن التنفيذ ومشاكل العمل...الخ إلى الجماعة التي هي في المستوى الأعلى . بهذا الشكل تكون المنظمة قد حققت فائدتين هما : حققت تياراً متدفقاً من المعلومات الصاعدة والهابطة والإتصال بالإتجاهين ، وأيضاً رفع الروح المعنوية ومعرفة الجميع ماذا يدور في المنظمة .

134-British Association for Commercial and Industrial Education (BACIE) **الجمعية البريطانية للتعليم التجاري والصناعي**

تشكلت هذه الجمعية البريطانية عام 1934 بإندماج جمعية تقدم التعليم في الصناعة والتجارة بالجمعية البريطانية للتعليم التجاري ، وتنشر مجلة دورية باسمها .

135-British Institute of Management **الجمعية البريطانية للإدارة**

تأسست هذه الجمعية في بريطانيا عام 1947، وهي مؤسسة مستقلة غير سياسية ولا تهدف إلى تحقيق الربح ، تقدم خدمات إستشارية ومعلومات خاصة بأصول الإدارة وأساليبها ، وتنظم حلقات دراسية ومؤتمرات ، وتنشر كتباً في مجال الإدارة .

136-Broken Process **العملية المختلة**

مصطلح يُستخدم في مجال إعادة هندسة الأعمال (الهندرة) وتعني ، تلك العملية (إدارية، إنتاجية...الخ) التي تعاني من مشاكل تحول دون تحقيق الفعالية فيها ، ويتصف الأداء فيها بأعراض سلبية ناشئة عن مسببات معينة . مثل هذه العملية تحتاج إلى إعادة هندستها أو تصميمها من جديد، وبتصور وتصميم مبتكرين وجديدين بعيداً عن تصميمها القديم .

137-Broker **سمسار**

شخص محترف يقوم بالوساطة بين البائع والمشتري لإتمام صفقة بيع وشراء بينهما لقاء عمولة محددة متفق عليها . ويُعهد إليه عادة من قبلهما أو أحدهما البحث عن مشتري أو البحث عن بائع ، وعملية البحث لا تنتقل السلعة من خلالها إلى ملكيته ، بل تبقى في ملكية البائع . وتجدر الإشارة إلى أن علاقة السمسار بالاثنين البائع والمشتري لا تكون دائمة بل مؤقتة تنتهي بإتمام صفقة البيع والشراء .

138-Brokerage Discount **خصم السمسرة**

هو عبارة عن تخفيض بنسبة معينة من قيمة البضاعة ، يمنحه البائع (الذي قد يكون المنتج أو تاجر جملة) إلى المشتري الذي قد يكون تاجر جملة أو تاجر تجزئة ، لقاء قيام المشتري بالشراء مباشرة من البائع دون وجود وسيط (سمسار) ، فالمشتري بدون وسيط في هذه الحالة يستحق ما كان سيدفعه البائع من عمولة للسمسار .

139-Brokerage Houses **بيوت السمسرة**

ويقصد بها مكاتب السمسرة التي تعمل في الأسواق المالية وتداول الأوراق فيها بيعاً وشراء ، حيث تستخدم مجموعة من السماسرة يدعون بالسماسرة الوكلاء ، الذين ينفذون معاملاتها داخل صالة السوق أو التداول .

140-Brokers Call **قروض السماسرة عند الطلب**

يلجأ بعض المستثمرين في السوق المالي الذين يمارسون فيه الشراء الإئتماني للأسهم ، إلى إقتراض ما يلزمهم من مال من السماسرة الذين يتعاملون معهم في السوق . هؤلاء السماسرة بدورهم يلجأون لتدبير هذا المال إلى الإقتراض من أحد المصارف ، على أن يتعهدوا له بسداد قيمة القرض وفائدته عندما يُطلب منهم ذلك . وتكون سعر الفائدة على هذا النوع من القروض أعلى من السعر السائد في سوق أذونات الخزينة القصيرة الأجل .

141-Budget Cycle **دورة الموازنة الحكومية**

يشير معنى الدورة هنا ، إلى المراحل المتعددة التي تمر بها الموازنة العامة للدولة من مرحلة الإعداد والدراسة ، إلى مرحلة المناقشة والتصديق عليها من قبل السلطة التشريعية ، إلى مرحلة تنفيذها ومراقبتها وتدقيقها .

142-Budget Law **قانون الموازنة**

وثيقة قانونية تصدر عن الدولة بعد تصديق السلطة التشريعية على الموازنة العامة للدولة ، ويصدر هذا القانون مع بداية كل سنة مالية ، حيث يجيز البدء بتحصيل الإيرادات وصرف النفقات من قبل الوزارات الحكومية .

143-Budgetary Control **الرقابة بالموازنة**

عملية مطابقة بين ما تم إنفاقه فعلياً على أوجه النشاط أو العمل ، مع ما هو مخصص أو مستهدف في الموازنة ، وهي إحدى أنواع الرقابة المالية .

144-Bulk Goods **السلع غير المعبأة**

هي السلع التي تباع بدون تعبئة وبكميات كبيرة مثل : النفط ، الإسفلت ، الفحم الحجري وغيرها ، ويكون وزنها في العادة ثقيلاً .

145-Bulk Producing Industries **تجمع صناعي قريب من المواد الأولية**

هو توطين لعدد من المشروعات الصناعية بالقرب من مصادر المواد الأولية التي تستخدمها في إنتاجها ، ففي صناعة الألبان على سبيل المثال ، نجد موقع مشروعات تصنيع الألبان ومشتقاها بالقرب من المزارع والمزارعين . وتجدر الإشارة في هذا المجال إلى أن الموقع هو أحد المعايير الأساسية التي تستخدم في مجال تحديد موقع المشروع المناسب .

146-Bureaucracy **البيروقراطية**

إن لفظ البيروقراطية لفظ شائع الإستعمال وكثيراً ما يتردد على ألسنة الناس ، ومعناه لدى العامة الروتين والتعقيد ، إذ قد يقال عن بعض الموظفين وعلى الأخص العموميين أنهم موظفين بيروقراطيين ، بمعنى أنهم موظفون يتمسكون بالقواعد واللوائح تمسكاً أعمى ، وبالتالي ينتج عن ذلك التعقيد في العمل ، وإساءة إستعمال سلطة الوظائف ، وتحويل المنظمة عن هدفها الأساسي لتصبح هدفاً في ذاتها . إن معنى لفظ البيروقراطية العلمي يختلف تماماً عن المفهوم الخاطئ السابق الأكثر شيوعاً . إن البيروقراطية تعني التنظيم أو الجهاز الحكومي الذي يوجد في المجتمعات المتحضرة لتحقيق الأهداف الوطنية ، ولإخراج السياسة العامة إلى حيز الواقع بوضعها موضع التنفيذ في المجتمع . وهذا التنظيم يقوم عل أساس مبادئ ومفاهيم أساسية تتبع في تشكيله وتنفيذ العمل فيه ، وقد قام بوضعها مفكرون على شكل نماذج . كما أن

كلمة بيروقراطيين تعني أولئك الأشخاص الذين يعملون في الجهاز الحكومي ، والذين يُكونون في ما بينهم تنظيماً هرمياً تحكمه قواعد معينة وتحدد فيه الإختصاصات والواجبات والمسؤوليات .

147-Bureaucracy Theory نظرية البيروقراطية

يعتبر " ماكس فيبر " رائد الفكر البيروقواطي وهو ألماني الجنسية . وهدف من وراء نموذجه (نظريته) عن البيروقراطية ، إلى وضع مجموعة من القواعد والأسس والمبادئ الإدارية ، لتنظيم سير العمل في المنظمات الإدارية الكبيرة الحجم كالأجهزة الحكومية . وقد وضح أن تطبيق ما تضمنته نظريته ، يضمن للمنظمة الدقة في العمل ، وإحكام السيطرة والرقابة على تنفيذه ، وتحقيق فاعلية وكفاءة عالية المستوى . وعليه فالمعنى المستهجن لكلمة البيروقراطية الشائع بين جمهور الناس والذي يدل على البطء في العمل والتعقيد فيه ، فيبر بريء منه ، ذلك لأن التطبيق الأعمى والسيئ لمفهوم نظريته ، هو الذي أدى إلى ظهور هذا المعنى المستهجن . وفي ما يلي أهم أفكار هذه النظرية :

- تدرج الوظائف : ويعبر عن الهرم الرئاسي وتسلسل السلطة الذي يجب إحترامه والتقيد به عند الإتصال .
- توزيع الأعمال بناء على التخصص وبشكل رسمي مكتوب .
- تنفيذ الأعمال يكون وفق لوائح وقواعد رسمية مكتوبة .
- التدوين الكتابي لكل الوثائق والقرارات .
- عدم التحيز للمصحلة الشخصية فالمصلحة العامة فوق كل شيء .
- الإدارة مهنة لا يمكن أن يمارسها كل إنسان .
- وجود نظام خدمة خاص بالعاملين .
- الوظيفة ليست ملكاً لصاحبها لذلك يجب عدم إساءة إستخدام صلاحياهّا لأغراض خاصة .
- التدريب ضروري للعاملين الإداريين .
- إعتبار خدمة جمهور المنظمة هدفاً لنشاطها .
- للموظف قيمة إجتماعية في المجتمع .

148-Bureaucratic Control الرقابة البيروقراطية

تمثل وجهة النظر التقليدية في مجال الرقابة ، وتقوم على أساس وجود أنظمة وقواعد تنظم سير العمل في المنظمة، وكذلك إجراءات رسمية يتم من خلالها تنفيذ الأعمال داخلها ، وهذه جميعها يجب الإلتزام بها حرفياً ومن يخالفها من العاملين يعرض نفسه للمساءلة والعقاب. وهذا النظام الصارم يخلو من المرونة فهدفه

هو التأكد من مدى إلتزام العاملين في المنظمة بالأنظمة والقواعد والإجراءات فقط وتحديد من هو المخالف لمحاسبته .

149- Bureaupathology **الأمراض البيروقراطية**

يقصد بالأمراض هنا المشاكل ومظاهر التخلف التي تصاب بها المنظمات ، كالفساد والترهل الإداري ، ونقص الإنتاجية ، وضعف الفاعلية التنظيمية ، والمركزية وعدم المرونة ، والصراع التنظيمي وغيرها من الأمراض ، التي تحتاج إلى دراسة وتشخيص ومن ثم العلاج ، شأنها في ذلك شأن الأمراض التي تصيب البشر .

150-Burn-Out of Employees **إحتراق العاملين**

الإحتراق هو حالة معنوية سلبية (متدنية) يصل إليها الموظف ويفقد فيها الرغبة والدافع للعمل، ويتدنى مستوى أداؤه لعمله . وتصيب هذه الحالة الموظف عندما يبقى في عمله أو وظيفته فترة طويلة من الزمن ، دون إدخال أي تغيير على طبيعة عمله ، وأسلوب أدائه ، ودون نقله أو ترقيته لوظيفة أخرى ، مما يجعله يشعر بالملل والسأم والكآبة ، التي تنعكس سلباً على إنتاجيته وفاعلية أدائه .

151-Burn Immediately Punishment **عقوبة الإحتراق الفوري**

هي إحدى مداخل النظام التأديبي ومضمونه ، إنزال العقوبة بحق الموظف المخالف للقواعد الناظمة لسير العمل فور وقوع المخالفة ، وعدم الإنتظار لفترة زمنية . والغاية من ذلك منع تعاطف الآخرين مع المخالف بعد مضي فترة زمنية من وقوع المخالفة ، لأن الإنسان ومع مرور الزمن ينسى ويتعاطف .

152-Business **الأعمال**

نشاطات إنسانية إقتصادية تقوم بها تجمعات أوكيانات بشرية إجتماعية (المنظمات) بشكل متعاون، بإستخدام مجموعة من الموارد المتنوعة (عناصر الإنتاج ، أو العمل أو الخدمات) ، من أجل تحقيق هدف مشترك هو ، تقديم سلع وخدمات لأبناء المجتمع لسداد إحتياجاتهم المادية والمعنوية مقابل ربح معين ، لتحقيق الإستمرارية في النشاط والتطور ، فالربح يضمن لأصحاب الأعمال والعاملين فيها العيش وشراء مدخلات جديدة من أجل البقاء والإستمرار .

153-Business Administration **إدارة الأعمال**

هو علم الإدارة الذي يطبق في منشآت الأعمال التي تسعى إلى تحقيق الربح ، وهذا العلم يُدرس في الكليات والأكاديميات المختصة ، ويشتمل على فروع متعددة مثل : إدارة الإنتاج والعمليات ، إدارة المواد ، إدارة الموارد البشرية ....الخ .

154-Business Angel **مَلاك المشروع**

ويسميه بعضهم الممول الداعم للمشروع الذي هو مستثمر يريد إستثمار جزء من ماله في مشروع صغير جديد بحاجة إلى مال لتغطية نقص موجود في رأس ماله . وهذا الداعم أو الملاك معروف بنجاحه في دنيا الأعمال ، ومساهمته في رأس مال المشروع الصغير لا يعني أنه شريكاً بل مستثمراً ، وهذه المساهمة تكون بموجب إتفاق مكتوب ورسمي ، حيث يتقاضى لقاء مساهمته نسبة من أرباح المشروع الصغير يكون متفقاً عليها أيضاً . وتجدر الإشارة إلى أن المستثمر الداعم يكون لديه في العادة مشروعه الخاص الناجح ، لكن لديه مال إضافي زائد عن حاجته يريد إستثماره في مشروع صغير جديد يتوقع بأنه سينجح . والمستثمر الداعم في ضوء ذلك يبحث عن مشاريع صغيرة لديه خبرة ومعرفة في مجال عملها ليستثمر فيها ماله . وهو في كثير من الأحيان يقدم خبرته ومعرفته للمشروع الصغير من أجل تأسيسه ليقلع ويبدأ نشاطه . وفي معظم الأحوال يقع إختياره على مشروع صغير في المنطقة الجغرافية التي يقيم فيها ويعمل .

مخاطر الأعمال الممكن السيطرة عليها — 155-Business Controllable Risks

نوع من المخاطر تواجهها المنظمات على إختلاف أنواعها ولا يمكنها السيطرة عليها بنفسها ، لكن بالإمكان معالجة مضارها عند حدوثها ، عن طريق التأمين ضدها لدى شركات التأمين كخطر الحريق مثلاً، التي تدفع هذه الشركات الخسائر الناجمة عنها .

أخلاقيات الأعمال — 156-Business Ethics

مصطلح أخلاقيات Ethics مشتق من كلمة يونانية هي Ethos وتعني الخاصية المعتمدة على المعتقدات الهادية المرشدة والمثاليات التي تنتشر بين مجموعة معينة من الأفراد أو المجتمع . ويمكن تعريف الأخلاقيات بأنها مفهوم منبثق من مفاهيم التضامن في المجتمع ، الذي من خلاله تسعى منظمات الأعمال بوساطة إمكاناتها المادية والبشرية ، أن تقدم لأبناء المجتمع الذي تعيش في كنفه الكثير من الحلول للمشاكل التي يعاني منها ، وتقديم المنفعة له ، وعدم الإضرار به عند ممارستها لنشاطاتها الإنتاجية والخدمية . فأخلاقيات الأعمال (أو المسؤولية الأخلاقية والإجتماعية للإدارة) تعبير جديد نسبياً يشير إلى التصرفات السلوكية المادية والمعنوية التي تتصل بقضايا عريضة تهم المجتمع مثل تلوث البيئة ، الفقر ، البطالة ، التضخم ...الخ . وطبقاً لذلك فالمنظمة التي تساهم بممارساتها في إحداث التضخم والبطالة والفقر وتلوث البيئة وما شابه ذلك ، لا تقدر مسؤولياتها الإجتماعية ، حيث أنها لا تفي بمسؤوليتها تجاه المجتمع الذي رضي عنها وقبل أن تعيش في كنفه . وعليه فشركة السيارات التي تنتج سيارات بفرامل فيها عيوب ، وشركة إنتاج الأدوية التي تعلن عن مواصفات كاذبة لأدويتها أيضاً ، لا تقدر مسؤوليتها الأخلاقية والإجتماعية نحو المجتمع . إذاً أخلاقيات الأعمال أو المسؤولية الأخلاقية والإجتماعية للإدارة تتضمن مجموعة السلوكات الأخلاقية ، التي تُقدِمُ المنظمات من خلالها على خدمة المجتمع المتواجدة فيه ، وتحقيق المنفعة والصالح العام له ، ضمن إطار فكري سلوكي أخلاقي يفيد ، بأن خدمة المجتمع لم تعد مسؤولية الحكومة فحسب ، بل تشمل جميع

منظمات الأعمال على إختلاف أنواعها . من هذا المنطلق نجد أن أساس أخلاقيات الأعمال (أو المسؤولية الأخلاقية والإجتماعية للإدارة) هي إلتزام أدبي إلى جانب أنه فرضته القوانين والتشريعات الحكومية ، لضرورات المنفعة والمصلحة العامة للمجتمع .

شراء حق (إمتياز) تكوين (تأسيس) مشروع 157-Business Format Franchising

هو أحد أشكال حقوق الإمتياز الذي يتم من خلاله إتفاق بين منتج لسلعة أو مقدم لخدمة مع طرف آخر (المشروع الجديد) على أن يقوم الأول بمساعدة الثاني على إنشاء مشروع مشابه لمشروعه ، من حيث البناء ، الآلات ، الأنظمة ، أساليب العمل وغيرها ، وذلك لقاء مبلغ من المال يتفق عليه مسبقاً . ويحق للطرف الأول أو المشروع الأصيل أن يمارس عملية الرقابة على أداء المشروع الجديد صاحب الإمتياز ، ويطلب منه تقارير دورية عن سير العمل . بموجب هذا الحق من الإمتياز تكون حرية العمل لدى المشروع الجديد المرخص له ضعيفة ، والتدخل في شؤونه ذات درجة عالية ، حتى أن بعض المنتجين الذين يمنحون حق الإمتياز ، يشترطوا فرض غرامات مالية إذا خالف المشروع الجديد شروط الإتفاق .

مباريات الأعمال 158-Business Games

أسلوب تدريبي يستخدم بشكل خاص في تدريب رجال الإدارة العليا، بموجبه يُقسم المتدربين إلى مجموعتين أو أكثر يتراوح عدد كل مجموعة عادة ما بين 5-7متدربين ، تمثل كل منها إدارة شركة ما أو يكون للشركة إدارتين ، وتُعطى لأعضاء كل مجموعة معلومات محددة ومعدة مسبقاً عن ظروف عمل الشركة التي يمثلونها ، لتقوم كل منهما وعلى إنفراد بتوزيع الإختصاصات والأعمال على أعضائها ، وتقرر لنفسها أهدافاً وسياسات تسترشد بها عند صنع القرارات . وتقسم المباراة إلى عدة جولات يقوم أفراد كل مجموعة على ضوء المعلومات المعطاة لها بصنع القرارات المناسبة ، ومراجعة أعمالها السابقة ، وتعديل بعض القرارات في حالة إعطائها معلومات مفاجئة غير متوقعة ، وتحسب نتيجة كل قرار بناء على أسلوب محدد بشكل مسبق . وتبلغ كل مجموعة بنتيجة قراراتها التي إتخذتها ، لتقوم كل مجموعة على ضوء هذه النتيجة بإعادة دراسة الموقف وصنع قرارات جديدة . وهكذا تستمر المباراة إلى أن يعلن من الفائز وفي الأخير تُقيم قرارات كل مجموعة وتوضح الثغرات فيها ، والأخطاء التي وقعت فيها ، من أجل تلافيها وعدم الوقوع فيها في الواقع العملي .

حاضنات الأعمال 159-Business Incubators

أجهزة ، أو مكاتب ، أو شركات متخصصة في تقديم خدمات إستشارية متنوعة في مجال تأسيس المشروعات الصغيرة ، ومن هذه الخدمات على سبيل المثال :

- دراسة جدوى إقتصادية كاملة للمشروع .
- دراسة السوق .

- البحث عن ميزة تنافسية .
- تصميم نظام مالي .
- تصميم نظام إداري .

وفي بعض الدول تُحدث حكوماتها من خلال وزارة وغرف الصناعة فيها مثل هذه الحاضنات ، كدعم منها لتنمية هذه المشاريع . وتجدر الإشارة إلى أن نشاط هذه الحاضنات يقتصر على مرحلة تأسيس المشروع والإقلاع بنشاطه ، وبالتالي فخدماتها ليست طويلة الأجل .

160-Business Inputs — مدخلات مشاريع الأعمال

ويسميها بعضهم بإعتمادية مشروع الأعمال Creditability وتتمثل بعناصر أساسية ، تتفاعل مع بعضها ليتشكل منها نشاط المشروع وأبعاده ، وهذه العناصر ما يلي:المجتمع ، المال ، الممولون (المزودون)، الأصول الثابتة والمتداولة ، الزبائن ، قوة العمل ، التكنولوجيا .

161-Business-Level Strategic Planning — تخطيط مستوى وحدات الأعمال الإستراتيجي

يمثل هذا المستوى المستوى الثاني من هيكلية أو هرمية تخطيط المنظمة الإستراتيجي الذي يتكون من ثلاث مستويات . ويختص بوضع خطة العمل الإستراتيجية الخاصة بكل وحدة أعمال ، التي يكون لها هدف خاص بها ، وكذلك مواردها المادية والبشرية ، ولها سوق تنافسي تسوق فيه منتجاتها . وتراجع خطة وحدات الأعمال عادة من المستوى الأعلى الذي له الحق بإدخال تعديلات يراها ضرورية . ويكون لوحدات الأعمال عادة إستقلالاً ذاتياً في إدارة شؤونها . أنظر تفصيلاً في Business Strategy .

162-Business Logistics — الإمداد والتموين

نشاط يتم من خلاله توفير مستلزمات المنظمة من المواد وغيرها في الوقت والمكان الصحيحين ، وبالكميات المطلوبة ، لتلبية إحتياجات العمل في المنظمة .

163-Business Opportunity — فرصة أعمال

هي بالمعنى المجرد وجود شيء ما إيجابي في بيئة المشروع أو المنظمة يترافق مع إمكانية الإستفادة والإنتفاع منه ، وبالتالي ففرصة الأعمال تشير إلى فجوة تسويقية في السوق إما لم تستغل من قبل ، أو لم تستغل بالشكل المناسب والجيد ويمكن إستثمارها بشكل مختلف وأفضل وبآن واحد عن ما هو عليه الحال الآن . في ضوء ذلك تعني الفرصة تقديم سلعة أو خدمة جديدة للسوق على شكل إبتكار لم يقدمه أحد من قبل ، أو أن سلعة أو خدمة موجودة حالياً في السوق يمكن تقديمها للمستهلك بشكل مختلف وأفضل وأنفع .

164-Business Organization — منظمة الأعمال

وحدة إقتصادية ذات ملكية خاصة ، تستخدم موارد متنوعة (عناصر الإنتاج) لتحولها إلى مخرجات ، من خلال عدد من النشاطات (الوظائف) المتفاعلة مع بعضها بعضاً ، بهدف إشباع حاجات ورغبات أبناء المجتمع . فهي تقوم بإنتاج وتوزيع هذه المخرجات (سلع أو خدمات) في السوق وبيعها ، للحصول على ربح يضمن إستمراريتها وتطويرها . إذاً فمنظمة الأعمال هي مركز إشباع لحاجات شريحة من أفراد المجتمع (المستهلكون) ، وهي قوة إقتصادية إلى جانب أنها قوة إجتماعية (تجمع أو كيان بشري) تعمل في المجتمع ، وتأخذ أشكالاً قانونية تصنف في :

- المنشآت الفردية .
- شركات الأشخاص (تضامن ، ذات المسؤولية المحدودة ...الخ).
- شركات أموال (مساهمة) .

165-Business Partner Method — أسلوب شريك الأعمال

نمط عمل جماعي يجعل العاملين في المنظمة يطلعون على إستراتيجيتها وتوجهاتها المستقبلية ، وبشكل خاص أسلوب تنفيذ العمل فيها ، والتغيرات التي ستطرأ على أعمالهم فيها مستقبلاً ، بما يخدم تحقيق هذه التوجهات ، وما الذي سوف تصل إليه المنظمة من نتائج مستقبلية نتيجة لهذه التغيرات ، وعليه فهذا النمط يحدد إطار عمل وفاعلية الموارد البشرية العاملة في المنظمة وإندماجها فيها .

166-Business Re-Engineering — إعادة هندسة الأعمال

مدخل لإعادة تصميم العمل من جديد داخل المنظمات ، ظهر في مطلع التسعينات في الولايات المتحدة الأمريكية . ويهدف إلى إدخال تغييرات جذرية على هيكلية العمل في المنظمة لجعلها أكثر تجدداً وحداثة وتكيفاً مع المتغيرات البيئية ، وهي لا تتقيد بما كان بل بما سيكون للأفضل وذلك من خلال ما يلي على سبيل المثال: تحويل الهيكل التنظيمي من عمودي إلى أفقي، دفع تفويض سلطة صنع القرارات ليصل لقاعدة الهرم التنظيمي ، تخفيض تكلفة الأداء ، توفير المرونة والحرية في العمل .وقد عرفها جيمس تشامبي James Champy الأب الروحي لها (التي عرفها بعضهم بالهندرة) بما يلي: عملية تغيير جذرية في طريقة التفكير ، والتنظيم ، ورفع الروح المعنوية ، وتحسين الأداء وقياسه، والتحفيز ، بهدف تحقيق قيمة مضافة من العمل داخل المنظمة ككل .

167-Business Re-Engineering Caesar — قيصر إعادة هندسة الأعمال

هو المنسق العام المسؤول عن كافة عمليات إعادة هندسة العمليات داخل المنظمة، حيث يعمل مساعداً لقائد إعادة الهندسة (الهندرة) العام ، فيقوم نيابة عنه بتقديم العون لفرق إعادة الهندسة ومدرائها ، ويساعدهم على حل المشكلات التي لا يتمكنون من حلها ، ويعمل على تطوير وسائل وأساليب إعادة

الهندسة التي تستخدمها فرقها . وقد أُطلق عليه هذه التسمية للدلالة على مدى أهمية الدور الذي يقوم به في مجال إعادة هندسة العمل في المنظمة ، والمساعدة التي يقدمها لقائدها .

168-Business Strategy — إستراتيجية الأعمال

هي الطريق الذي ستسير فيه المنظمة من أجل تحقيق أهدافها في قطاع أعمال معين أو في صناعة معينة ، أي كيف ستتنافس مع المنظمات الأخرى العاملة في نفس الصناعة أو المجال . والسؤال هنا : هل للمنظمة إستراتيجية أعمال واحدة أم أكثر، الإجابة هي : أنه قد يكون لها إستراتيجية واحدة أو أكثر، حيث يعتمد ذلك على حجم المنظمة ورأس مالها وتعدد نشاطاتها، وبالتالي يتوجب في حالة كون حجم النشاط كبيراً أن يكون لكل نشاط أو صناعة تعمل فيها إستراتيجية خاصة . وعموماً تطرح إستراتيجية الأعمال عادة الأسئلة التالية :

- كيف تنافس المنظمة الآخرين في الصناعة وكسب حصة أكبر من السوق .
- كيف تبني المنظمة علاقات طيبة مع الموردين .
- كيف تتمكن المنظمة من تخفيض تكلفتها وتحقيق ميزة سعرية .
- كيف ستتمكن المنظمة من تحقيق أهدافها اليوم ومستقبلا وتحقيق الرضا لدى زبائنها وتقدم لهم كل شيء جديد ونافع ، في الوقت الذي يفعل ذلك المنافسون نفس الشيء .

169-Business Strategy Diamond — إستراتيجية الأعمال الماسية

يشير هذا المصطلح إلى العناصر الأساسية التي يتوجب الأخذ بها عند وضع صياغة أية إستراتيجية في مجال الأعمال وهذه العناصر ما يلي:

- تحديد المجالات التي يمكن أن تكون المنظمة فيها فعالة (المنتج ، قنوات التسويق، السوق ، التكنولوجيا التي ستستخدم....الخ) .
- تحديد الوسائل: الإعتماد على الذات في إنشاء المشروع ، أم الدخول في مشروع مشترك ، أم الحصول على إمتياز بالتصنيع ، أم الإندماج ، أم الإحتواء...الخ) .
- التميز: من خلال الإبداع والإبتكار أم عن طريق الجودة ، أم السعر...الخ .
- التوقيت : تحديد فترة تنفيذ الإستراتيجية ، تحديد الفاصل الزمني بين مراحل الإستراتيجية ، توقيت دخول السوق ، توقيت الإبتكارات...الخ .
- المنطق الإقتصادي : تحديد العائد على الإستثمار المتوقع في ضوء التكلفة .

170-Business Uncontrollable Risks — مخاطر الأعمال التي لا يمكن السيطرة عليها

هي المخاطر التي لا يمكن التحكم بها بشكل مطلق والمحتمل أن تواجهها المنظمات على إختلاف أنواعها ،

ولا تقبل شركات التأمين أن تؤمن عليها مثل: دخول منافس جديد للسوق بنفس المنطقة الجغرافية التي يعمل فيها المشروع ، إنخفاض الطلب بسبب الركود الإقتصادي ، ظهور تكنولوجيا جديدة جعلت التكنولوجيا التي يستخدمها المشروع قديمة ، التغيير في أذواق المستهلكين ، الحرب السعرية بين المنافسين .

171-Business Unit Strategy Content مضمون إستراتيجية وحدة الأعمال

هو مجموعة القرارات الإستراتيجية التي تتخذ بشأن تقرير الأمور الأساسية التالية :

- تقرير المنتج النهائي (أو الخدمة) الذي سيقدم للسوق ومواصفاته وجودته ...الخ (الميزة التنافسية) .
- تقرير السوق المستهدف ، والزبون الذي سيتم إشباع حاجته من خلال المنتج أو الخدمة .
- تقرير المدخل الذي سيتم إعتماده من أجل المنافسة (المزيج التسويقي وخاصة الترويج) .
- تقرير المستلزمات اللازمة (أموال ، عنصر بشري ، مواد ...الخ) ومصادر تمويلها .

وتتخذ هذه القرارات في ضوء تحليل معطيات وظروف البيئتين الداخلية والخارجية .

172-Buyers Market سوق المشترين

هو السوق الذي يكون فيه عرض السلعة أكبر من الطلب عليها ، حيث يكون المشتري هو سيد الموقف، ويسعى إليه المنتج أو البائع ويعمل على إرضائه بشكل دائم . ويحاول المنتجون والبائعون الوصول إلى المشترين الحاليين والمرتقبين لخلق الرغبة لديهم لشراء سلعهم (أو خدماتهم) . يتضح من ذلك أن سيادة السوق هنا للمستهلك وليس للمنتج أو البائع ، وهذا مرده المنافسة الموجودة بين المنتجين ، الذين يحاولون تقديم أفضل ما لديهم للمستهلك ، لكسب حصة أكبر من السوق ، من خلال تحقيق الرضى لديه .

173-Buying Agents وكلاء شراء

ويسميهم بعضهم بمندوبي الشراء ، الذين يقومون بشراء بضاعة من بائع أو مورد لحساب شخص أو منشأة ، لقاء عمولة يدفعها له المشتري .

174- Buying Behavior سلوك الشراء

يمثل مجموعة المراحل التي تتشكل منها عملية شراء السلعة (أو الخدمة) وهذه المراحل ما يلي:

- شعور المستهلك بوجود حاجة لديه غير مشبعة .
- حدوث توتر نفسي وإضطراب بسبب وجود الحاجة غير المشبعة لدى المستهلك .
- تشكل دافعية لدى المستهلك للشراء .
- جمع معلومات عن السوق والسلع التي يمكن بوساطتها أن يشبع المستهلك حاجته .
- تحديد البدائل والمفاضلة بينها .
- إختيار المستهلك للبديل (السلعة أو الخدمة) الأنسب .

- إتخاذ قرار الشراء من قبل المستهلك .
- تقييم قرار الشراء بعد إستخدام السلعة .
- تحديد المستهلك لدرجة إشباع السلعة لحاجته .
- تكرار شراء السلعة إذا حققت لدى المستهلك إشباعاً عالي المستوى .
- البحث عن سلعة أخرى عند ظهور الحاجة لدى المستهلك ثانية بسبب كون درجة الإشباع منخفضة من شرائه للسلعة في المرة الأولى .

175-Buying Habits — عادات الشراء

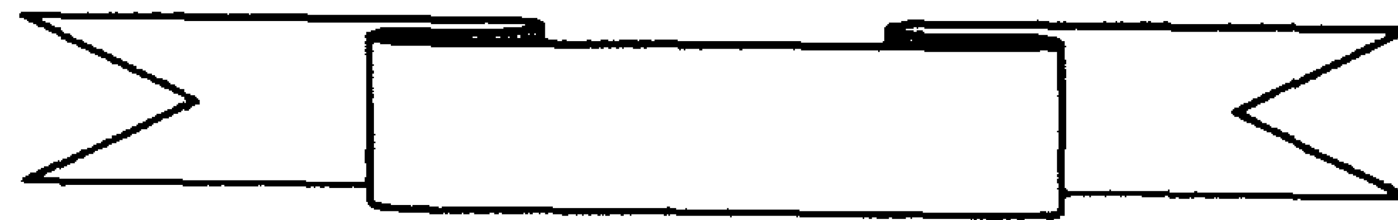
تعبر عادات الشراء عن نمط سلوك المستهلك أو الزبون عند شراء حاجته من السلع والخدمات ، مثل: متى يشتري ، من أين إعتاد أن يشتري ، كيف يشتري ، من يقوم بالشراء في الأسرة...الخ .

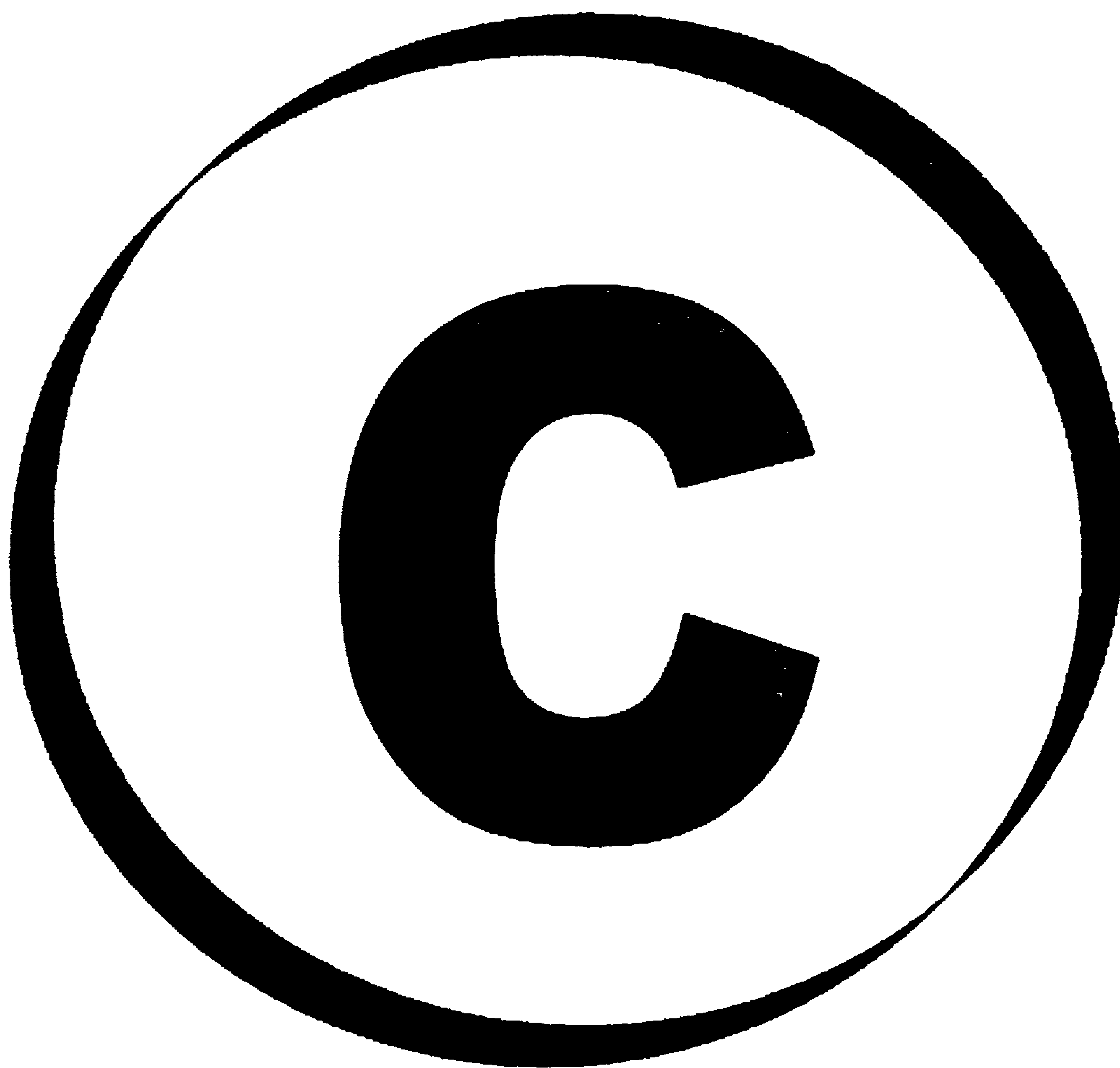
176-Buying Motives — دوافع الشراء

يقصد بدافع الشراء وجود حاجة للسلعة أو الخدمة المعروضة من المنتج أو المسوق في السوق ، فالحاجة هي أساس التسويق ، فلا يعقل مثلاً أن نسوق لمكيف هواء في الاسكيمو القريبة من القطب الشمالي ، فلن نجد من يشتريه لأنه لا توجد حاجة له بسبب البرودة الشديدة ، وبالتالي لا وجود للتسويق بالنسبة لهذه السلعة في الاسكيمو .

177-By-Law — النظام الداخلي

مجموعة القواعد التي يدار وينظم العمل بموجبها داخل المنظمة ، وهي ذات صفة إلزامية على جميع العاملين فيها ، ولا توجد منظمة أي كان نوعها وطبيعة عملها وتخلو من هذا النظام ، فهو بمثابة الموجه لسير العمل ليكون قانونياً .




C

1-Cababilities of Employees **إمكانات العاملين**

تعبر عن القدرات التي يمتلكها الموظف أو العامل التي تؤهله وتمكنه من أداء عمل أو أكثر بنجاح ، وبالتالي فهي توضح مدى إستعداده وإمكانيته وقدرته على أداء أعمال معينة وبكفاءة .

2-Cadre **الملاك الوظيفي (الكادر)**

هو هيكل الوظائف المعمول به في المنظمة ، الذي بموجبه يتم تعيين العاملين فيها ، وفق مبدأ الوظيفة المعروف ، وهو أن لكل وظيفة فرد واحد يشغلها ، فإذا كان عدد وظائف الهيكل /2000/ وظيفة إذاً لا يمكن تعيين سوى /2000/ موظف أو عامل .

3- Cafeteria Benefits Program **برنامج كافيتيريا المزايا الإضافية**

يقصد بتسمية كافيتيريا هنا حزمة المزايا الوظيفية التي تقدمها المنظمة للعاملين فيها ، وهي عبارة عن تشكيلة أو بدائل متنوعة من الحوافز الإضافية التي تأخذ شكل خدمات مقدمة لهم من قبلها مثل : التأمين الصحي ، التأمين على الحياة ، الضمان الإجتماعي ، رعاية الأطفال ..الخ . و بما أن هذه الخدمات تكلف المنظمات مبالغ كبيرة ومن أجل ترشيد تكلفتها وإستفادة العاملين من جميعها ، راحت تخصص لكل عامل أوموظف مبلغاً سنوياً محدداً للإستفادة منها جميعها حسب رغبته وحاجته ، حيث يكون بإمكانه أن يوزع هذا المبلغ المخصص له على خدمة واحدة أو أكثر، أي يشترك في أكثر من ميزة بنسب معينة . فإذا كان المبلغ مثلاً /10/ آلاف وحدة نقدية وتقدم المنظمة أربع خدمات تكلفة الإشتراك في كل منها /5/ آلاف وحدة نقدية ، فبإمكانه مثلاً أن يشترك في الأربعة بنسبة 50%في كل منها أي يشترك بـ/2500/ وحدة نقدية في كل واحدة والباقي يدفعه من ماله الخاص ، وإن شاء بإمكانه أن يشترك بميزتين فقط ويدفع إشتراكه فيها 100%وهكذا . يتميز هذا البرنامج أنه يوفر المرونة للعامل في الإستفادة من هذه المزايا حسب حاجته .

4- Calculated Risk **المخاطرة المحسوبة**

هي تلك المخاطرة التي يجري دراستها وتحليلها وحساب نتائجها المتوقعة من خلال دراسات تنبؤية ، وتكون المخاطرة عادة محيطة بالفرص الإستثمارية المتاحة في السوق .

5-Callable Bonds **السندات القابلة للإستدعاء (أو الإطفاء أو الإستهلاك)**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات ، بموجبها يحق للجهة التي أصدرتها دفع قيمتها عندما ترغب وقبل تاريخ الإستحقاق ، ويجب أن يكون خضوع هذه السندات لهذا الأمر مدرجاً في شروط إصدارها .

6-Candidate **المرشح للوظيفة**

يطلق هذا المصطلح على شخصين : الأول المرشح للتعيين في وظيفة بالمنظمة بعد إجتيازه الإختبارات المحددة بنجاح . والثاني المرشح للترقية ، وهو شغل وظيفة في مستوى إداري أعلى . والمرشح بشكل عام هو الشخص الذي تتوفر فيه الصفات والإشتراطات المطلوبة لشغل الوظيفة التي سيعين فيها .

7-Capital Expenditures **النفقات الرأسمالية**

ويسميها بعضهم بالإنفاق الرأسمالي ، الذي يعبر عن الأموال التي تنفقها المنظمة على شراء الأصول الثابتة كالآلات ، والتجهيزات وغيرها ، لإنتاج سلع وخدمات تحقق ربحاً لها .

8-Capital Goods **سلع رأسمالية**

تعبير يطلق على الآلات والمعدات التي تستخدم في المصانع لإنتاج السلع وتعرف باسم سلع التصنيع ، وهي لا تستهلك في سنة مالية واحدة بل أكثر ، وبالتالي فهي جزء من الأصول الثابتة .

9 -Capital Intensive Industry **صناعة كثيفة رأس المال**

هي التي تحتاج إلى رأس مال كبير ، وخاصة رأس المال الثابت ، ويسمونها بالصناعة الثقيلة ، التي تنتج سلعاً كبيرة الحجم أو بكميات كبيرة ، كصناعة السفن ، والطائرات ، والحديد والصلب والسيارات ...الخ ، التي تحتاج إلى كم كبير من التجهيزات والآلات والمعدات الرأسمالية .

10- Captivatement Strategy **إستراتيجية الأسر**

بموجب هذه الإستراتيجية تقوم منظمة كبيرة الحجم بشراء كامل إنتاج عدد من الشركات الصغيرة التي تنتج مواداً أو أجزاءاً مصنعة تستخدمها المنظمة الكبيرة في إنتاجها . وفي بعض الحالات تمولها بالمال والتكنولوجيا والخبرات الفنية وتربطها بعقود طويلة الأجل من أجل ضمان توريد مستلزمات إنتاجها ، وبهذا الشكل تكون هذه الشركات الصغيرة أسيرة للمنظمة الكبيرة وتعمل وفق توجيهاتها .

11-Career **مسار المستقبل الوظيفي**

يمثل الوظائف التي سيتدرج فيها الموظف عبر المستويات الإدارية من قاعدة الهرم التنظيمي أو المستوى الإداري الأول باتجاه المستويات الأعلى خلال حياته الوظيفية ، فيعرف الوظيفة التي سيبدأ بها والوظيفة التي سينتهي إليها عند إحالته على التقاعد . والمسار قد يكون طويلاً أو قصيراً ، فعندما يكون طويلاً معنى ذلك أن عدد الوظائف التي سيتدرج فيها الموظف أكثر عدداً عن ما هو الحال في المسار القصير . ويتوقف طول المسار الوظيفي على إمكانات وقدرات ومهارات الموظف التي تؤهله للحصول على ترقيات أكثر وأسرع أو أقل .

12-Career Adaptive Testing Systems **أنظمة إختبارات المطابقة الحاسوبية**

نظام معلومات حاسوبي في مجال إدارة الموارد البشرية يعمل على إمتحان المتقدمين للتوظف ، حيث يزود الحاسوب ببرنامج يتضمن الشروط والمواصفات المطلوبة للتعيين ، فيقوم على أساسه بطرح مجموعة من الأسئلة المبرمجة على طالب التوظيف ، الذي يجيب عنها بإستخدام الحاسوب . وبعد حصول الحاسوب على الإجابات ، يقوم بمطابقتها إلكترونياً مع الشروط والمواصفات المطلوبة للتوظيف التي زُوِدَ بها ، ليتحدد في ما إذا كان طالب التوظيف مقبولاً أم مرفوضاً .

13-Career Computer Design Program — **برنامج تصميم المسار الوظيفي للموظف بإستخدام الحاسوب**

برنامج حاسوبي مصمم من أجل تحديد المسارات الوظيفية المستقبلية للعاملين في المنظمة ، والوظائف التي يمكن أن يرقوا إليها خلال حياتهم الوظيفية فيها . ويتم ذلك من خلال تزويد الحاسوب بمعلومات عن إهتمامات الموظف المهنية ، وميوله ، ونقاط القوة والضعف في أدائه ، ومؤهلاته العلمية ، وخبراته السابقة .. الخ ، حيث في ضوء هذه المعلومات يقوم الحاسب الآلي بتحديد مسار مستقبل الموظف الوظيفي ، ويبين الوظائف التي يمكن أن يرقى أو ينتقل إليها خلال حياته الوظيفية في المنظمة .

14-Carrer Employees — **الموظفون المسلكيون**

ويسمونهم بموظفي الحكومة أو موظفي الخدمة المدنية أو الخدمة العامة ، وهم موظفون متفرغون للوظيفة العامة (الحكومية) بصرف النظر عن تغير القيادة السياسية .

15-Career Management — **إدارة المسار (المستقبل) الوظيفي**

تشتمل إدارة المسار الوظيفي على ثلاثة أمور أساسية هي :

- تخطيط مسارات الخدمة الوظيفية أو التنظيمية في المنظمة التي توضح خطوط حركة إنتقال العاملين بين الوظائف التي يشتمل عليها هيكلها التنظيمي من قاعدته وحتى قمته ، والتي يمكن أن يمر بها العاملون خلال حياتهم الوظيفية فيها من بدايتها حتى نهايتها .
- تخطيط مسار خدمة كل فرد ومستقبله الوظيفي في ضوء مسارات الخدمة التنظيمية أو الوظيفية في المنظمة ، حيث يكون لكل فرد مساره الخاص به ، الذي يحدد في ضوء الوظائف الشاغرة أو الخالية ، وقدراته ، وإمكاناته ، وميوله ورغباته ، ومستوى كفاءته في العمل .
- ما يتوجب على المنظمة من خلال إدارة الموارد البشرية فيها القيام به وتوفيره من أجل مساعدة الفرد على تحقيق مسار خدمته الوظيفية المستقبلية ، وبلوغ نهاية هذا المسار .

16-Career Orientation — **التأهيل للمسار (المستقبل) الوظيفي**

يخضع الموظف (وبشكل خاص حملة المؤهلات الجامعية) الجديد بعد تعيينه في المنظمة إلى فترة إعداد

وتأهيل ، يجري فيها تحديد إمكاناته المستقبلية وتهيئته لممارسة العمل الذي جرى تعيينه فيه . في ضوء ذلك يتم تحديد مسار مستقبله الوظيفي في المنظمة خلال حياته الوظيفية فيها أي الوظائف الممكن أن يشغلها مستقبلاً ، وبالتالي يوضع له برنامج إعداد وتأهيل مستقبلي لتمكينه من تحقيق مساره .

17-Career Planning — تخطيط المسار (المستقبل) الوظيفي للموظف

مهمة تقوم بها إدارة البشرية في المنظمات ، يتم من خلالها تحديد الوظائف المحتمل أن يتدرج عبرها أو التي ينتقل إليها الموظف خلال حياته الوظيفية في المنظمة ، وذلك من بداية تعيينه فيها وحتى إحالته على التقاعد . فمسار الموظف في هذه الحالة يمثل عمليات ترقية ونقل وظيفي محتملة يمر بها من الأدنى للأعلى وأفقياً عبر هيكل المنظمة التنظيمي . و يختلف عدد وظائف المسار ونوعيتها من شخص لآخر ، وذلك حسب مستوى أدائه ، ومؤهلاته العلمية ، وإمكاناته المتنوعة ، ومعارفه التي يمتلكها ويكتسبها عبر مسيرة حياته الوظيفية في المنظمة .

18-Career Security — أمن المسار (المستقبل) الوظيفي

هو إمتلاك الموظف لمهارات وخبرات متعددة تمكنه من العمل في عدة وظائف ومنظمات ، فهذا التنويع يتيح له مستقبلاً الترقية لبدائل متعددة من الوظائف بشكل يساعده ذلك على تحقيق طموحاته ، فتنوع المهارات يوفر له المرونة في رسم وتحقيق مساره ، ويقلل من إحتمالية الإستغناء عنه في ما لو كان يمتلك مهارة واحدة . فعندما تلغي المنظمة مثلاً الوظيفة التي يشغلها لعدم الحاجة إليها ، معنى ذلك فقد الأمان الوظيفي وسيكون خارج أبواب المنظمة وستكون فرصة عمله في المنظمات الأخرى أقل ، ذلك لأنه يمتلك مهارة واحدة لنوع معين من الأعمال .

19-Career Stages — مراحل المسار (المستقبل) الوظيفي

وتعبر عن دورة حياة الموظف في المنظمة التي تكون مقسومة إلى مراحل تشكل دورة حياة بايولوجية وهي ما يلي :

الولادة : وهي الوظيفة التي يعين فيها .

النمو : تطور مهارته وإمكاناته وإستعداده للإنتقال لوظائف أعلى .

النضج : ترقيته لوظيفة عالية ، حيث تكون مهاراته وإمكاناته في الذروة .

الإنحسار : قربه من سن التقاعد ، حيث تسند إليه وظيفة غير صعبة وغير مجهدة تمهيداً لإحالته على التقاعد كوظيفة مستشار مثلاً .

20-Career Training — التدريب على المسار الوظيفي

برامج تدريبية تعدها وتنفذها المنظمة من خلال إدارة الموارد البشرية ، من أجل تنمية الموظفين وتأهيلهم

لإستلام وظائف ذات مستوى إداري أعلى عن طريق الترقية خلال حياقم الوظيفية فيها، لــذلك سماهــا بعضهم ببرامج النمو الوظيفي . يستنتج إذاً أن هذا النوع من التدريب لا يكــون لتطــوير الأداء الحــالي للموظف ، بل يكون لتطوير أدائه المستقبلي ، بما يتوافق مع متطلبات الوظائف المحتمل أن يترقــى إليهــا مستقبلاً .

21-Careless اللامبالاة

هي إحدى مؤشرات إنخفاض الروح المعنوية لدى الفرد في مكان العمل ، فتراه غير مكترث لما يحدث في المنظمة أو في الوحدة الإدارية التي يعمل فيها ، وغير مكترث أيضاً لما يوجه له من تعليمــات وتوجيهــات من رئيسه . وتحدث اللامبالاة نتيجة الضغوط المستمرة التي يتعرض لها الفرد في عمله ، ويستخدمها كأداة أو وسيلة للدفاع عن نفسه للهروب من واقعه في مكان عمله .

22- Careless Worker Modelat Health and Safety نمـوذج العامـل غيـر المبـالي لمسـألة الصحة والسلامة في مكان العمل

إتجاه في مجال الصحة والسلامة المهنية في مكان العمل في ما يتعلق بحماية العاملين في المنظمة من مخاطر أعمالهم ، حيث يفترض بأن غالبية الحوادث والإصابات والأمراض التي تقع للعاملين ليس سببها نقص الرعاية ووسائل الحماية وإرشادات المنظمة ، إنما سببه هو إهمال العاملين وعدم جديتهم في إستخدام هذه الوسائل وتطبيق إرشادات الحماية المقدمة من قبلها ، لذلك يتوجب التركيز على العاملين أنفسهم وتدريبهم وتوعيتهم بشكل مستمر لمسألة حماية أنفسهم ، من خلال ما تقدمه المنظمة لهم من وسائل لتحقيق هذه الحماية ، فالتقصير لا يكون عادة من المنظمة إنما يكون من العمال أنفسهم .

23-Carrot and Stick Incentives سياسة حوافز العصا والجزرة

تعبر هذه السياسة عن وجود نوعين من الحوافز : الأول إيجابية ويمثل المكافآت وغيرها التي تُعطى للعاملين الكفوئين (الجزرة) ، والثاني يمثل الحوافز السلبية التي تمثل التهديد بالعقوبات لمن يقصر ويهمل في عمله .

24-Case Study دراسة الحالة

هو أحد أساليب تدريب المديرين والرؤساء (تدريب إداري) الذي يتم من خلاله إشــراك المتــدرب في التدريب إشراكاً فعلياً ، حيث تُقدم للمتدربين مشكلة ، أو فكرة ، أو موضوع ، ويطلب منهم دراســتها وتحليلها ، والوصول إلى حل أو رأي حيالها . والهدف من ذلك زيادة قدرة المتدرب على حل المشــكلات ودراسة المسائل من كافة زواياها ، وصنع القرارات بالإعتماد على ما يمتلكه من خبرة ومعرفة . وتنــاقش الحلول والآراء التي يتقدم بها المتدربون ، وتوضح لهم الثغرات الموجودة فيها وأخطاءهم ، ويعرض لهــم في النهاية الحل الأفضل والرأي الأسلم لموضوع الحالة .

25-Case Team **فريق الحالة**

شكل من أشكال تنظيم العمل تستخدمه إعادة هندسة الأعمال ، بموجبه يتم تجميع كافة الأفراد الـــذين يؤدون عملاً مشتركاً ومتكاملاً في فريق واحد ، وإن كانوا ينتمون إلى وحدات إدارية مختلفـــة ، حيـــث يؤدي أعضاء الفريق العمل في مكان واحد . الغاية من هذا الشكل هو تقصير زمن إنتقال العمل من مكان لآخر ضمن التقسيمات الإدارية المختلفة ، حيث يحقق السهولة والسرعة والتنسيق ، ويسمي بعضهم هذا الفريق بفريق الخدمة الواحدة .

26-Cash **النقدية الجاهزة**

تمثلها العملة الورقية والمعدنية الموجودة في المنظمة أو في حسابها المصرفي والجاهزة للإستخدام ، ويسميها بعضهم بالسيولة النقدية .

27- Cash &Carry Wholesalers **تجار الجملة يبيعون نقداً عند التسليم**

هم أحد أنواع تجار الجملة الذين يبيعون السلع لتجار التجزئة نقداً ، حيث يتسلم المشتري بضاعته مـــن مخزن تاجر الجملة بعد دفع قيمتها ، ولا يقدم هذا النوع من تجار الجملة أية خدمة إضافية للمشتري (تاجر التجزئة) ، وبالتالي فهم لا يتعرضون لمشاكل الإئتمان وتحصيل الديون أو مشاكل النقل والتسليم ، لـــذلك فهم يقتنعون بنسبة ربح أقل من ربح باقي أنواع تجار الجملة .

28-Cash Befor Delivery **الدفع قبل التوريد**

أحد أساليب البيع الذي يشترط البائع فيه على المشتري دفع قيمة البضاعة التي إشتراها منه قبل شحنها له . ويستخدم هذا البيع عندما لا يكون البائع والمشتري في نفس المنطقة الجغرافية ، حيث يطلب البـــائع من المشتري أن يفتح له إعتماداً مصرفياً في المصرف الذي يتعامل معه بقيمة البضاعة ، فبمجـــرد إســـتلام البائع لإشعار فتح الإعتماد من المصرف ، يقوم بشحن (توريد) البضاعة للمشتري .

29-Cash Discount **الخصم النقدي**

مبلغ من المال يقتطعه البائع من قيمة البضاعة المباعة لصالح المشتري ، عندما يدفع الأخير قيمة البضـــاعة التي إشتراها منه نقداً ، ويأخذ هذا الخصم شكل نسبة مئوية محددة من قيمة البضاعة المشتراة .

30-Cash Error Account **حساب الزيادة أو النقص في الصندوق**

حساب تفتحه بعض المصارف لديها ، لتسجيل مبالغ الزيادة أو النقص لدى أمناء الصناديق ، إلى أن يتم تسويتها .

31-Cash Flow **التدفق النقدي**

يمثل التدفق النقدي حركة دخول وخروج السيولة النقدية من صندوق أو خزينة المنظمة ، فهناك تـدفق نقدي داخل ويمثل الإيرادات وغيرها ، وتدفق نقدي خارج ويمثل مصاريف ونفقـات مدفوعـة للغـير ، والتفاضل بين التدفق الداخل والخارج يمثل رصيد النقدية الجاهزة أو السيولة الموجودة أو المتاحـة لـدى المنظمة .

32-Cash Flow Forcast **التنبؤ بالتدفق النقدي**

هو تقدير حجم النقدية التي ستتوفر أو التي ستكون متاحة في نهاية كل شهر من السنة المالية القادمـة . ويتم الوصول إليها عن طريق تقدير حجم النقدية التي ستدخل خزينة المنشأة شـهرياً ، والنقديـة الـتي ستخرج أو تصرف منها في ذات الشهر ، والتفاضل بينهما يوضح حجم النقدية المتوقعة في نهاية كل شهر.

33-Cash Flow Statement **كشف (قائمة) التدفق النقدي**

بيان مالي يوضح حركة النقدية الداخلة والخارجة من المنظمة خلال فترة زمنية محددة (شـهر عـادة) ، حيث يوضح التفاضل بينهما في نهاية الفترة الزمنية المحددة ، رصيد النقدية المتوفرة لدى المنظمـة . ويعـد هذا البيان في نهاية كل شهر في ضوء حركة النقدية اليومية في الصندوق أو خزينة المنظمة .

34-Cash Letter of Credit **خطاب الاعتماد النقدي**

ويسميه بعضهم بخطاب الإعتماد الشخصي الذي يصدر من مصرف إلى مصرف آخر مراسل له ، يطلب فيه دفع مبالغ بحد أقصى لمستفيد آخر معين ، وذلك خلال فترة زمنية محددة .

35-Cash Margin **الهامش النقدي**

يستخدم هذا المصطلح في مجال الأعمال المصرفية ويشير معناه ، إلى مبلغ نقـدي يحتجـزه المصـرف أو يوضع لديه لضمان جدية وسلامة تنفيذ عملية تجارية .

36-Cash on Delivery (C.O.D) **الدفع عند الإستلام**

هو أحد شروط البيع ، بموجبه يشحن البائع البضاعة للمشتري لكن لا يسلمه إياها إلا بعـد أن يـدفع قيمتها له ، أو بقبول كمبيالة مرفقة مع بوليصة شحن .

37-Cash Outflows **تدفقات نقدية خارجة**

تمثل السيولة النقدية التي تدفعها المنظمة لتسديد إلتزاماتها المستحقة عليها خلال فترة زمنية لا تزيد عـن السنة .

38-Cash Till **صندوق الوحدات النقدية**

صندوق ذو أقسام (مقاطع) يضع أمين الصندوق في كل منها فئة من النقد (قسم لفئة الخمسين ، وقسـم لفئة المئة....الخ) لتسهيل عمله في قبض وصرف الأموال .

39-Catalogue Price **سعر القائمة (الكاتالوج)**

هو سعر السلع المعلنة بقوائم من قبل منتجيها أو موزيعيها ، وهذا السعر يكون ثابتاً في العادة وغير قابل للتفاوض .

40- Catalytic Government **الحكومة المحفزة**

نمط إدارة حكومية متطور يسعى إلى تقديم خدمات الحكومة بأعلى جودة وبأقل تكلفة فيقول : إن الحكومة ليست مهمتها تقديم الخدمات فحسب ، بل عليها ومن مسؤوليتها بأن تكون هذه الخدمات التي تقدمها بأعلى جودة وأقل تكلفة . ولتحقيق هذه الغاية تعمل وبإستمرار على تحفيز أجهزتها على تحقيق ذلك ، والإرتقاء بمستوى أداء موظفيها لأعلى مستوى ، من خلال التحفيز الجيد والمناسب .

41-Causal Analysing **التحليل السببي**

هو تحليل ودراسة نتيجة معينة (أو أكثر أحياناً) لمعرفة وتحديد السبب أو الأسباب التي أدت إلى حدوثها ، فإذا كانت النتيجة إيجابية ، فتعزز وتكرر هذه الأسباب للوصول إليها ثانية . وإذا كانت سلبية فَيُستَعَدُ لتلافي أسبابها ، لمنع وقوع النتيجة السلبية ثانية .

42-Causal Leave **الإجازة العرضية**

بموجبها يسمح للموظف أو العامل الغياب عن عمله دون أن يقدم طلباً خطياً للحصول على الإجازة والموافقة عليها . ويكون سبب الغياب هو حدث مفاجئ أو طارئ وقع للموظف لم يكن يتوقعه . ومدة هذه الإجازة عادة يوم واحد ، حيث هناك العديد من قوانين الخدمة المدنية ، والمنظمات الخاصة التي تحدد عدد أيام الإجازة العارضة التي يحق للموظف أو العامل أن يستعملها في السنة الواحدة ، وهذه الإجازة إذا لم تستخدم لا ترحل للسنة القادمة وهي بأجر.

43-Causal Workers **عمال عرضيون**

يد عاملة مؤقتة غير دائمة ، توظفها المنشآت لإنجاز أعمال محددة وفي فترات زمنية معينة ، حيث بعد الإنتهاء منها يتم تسريحهم منها .

44-Cause and Effect Diagram **الشكل البياني للسبب و النتيجة**

أنظر في المصطلح المرادف :

Bone Fish Chart

خريطة عظم السمكة

45- Cease – Fire Strategy **إستراتيجية الهدنة**

إحدى الإستراتيجيات المستخدمة في مجال الإدارة الإستراتيجية ، بموجبها تتفق المنظمة مع منظمة أخرى أو أكثر منافسة لها ، على إيقاف الصراع بينهما وتأجيله لفترة زمنية يتفق عليها ، وذلك بهدف إيجاد حل ينهي هذا الصراع . وتستخدم هذه الإستراتيجية بين المنظمات المتنافسة التي تكون قوتها التنافسية وإمكاناتها متوازنة أو متقاربة . وإذا لم تصل المنظماتان إلى إتفاق بعد إنتهاء الهدنة ، تعودان للمنافسة من جديد بعد أن تكونا قد إستجمعتا قواهما .

46-Cellular Technology Shaped Machines Arrangement	أسلوب U لترتيب مجموعات الآلات في مراحل الإنتاج أو التصنيع

أحد الأشكال أو الطرق المستخدمة في ترتيب الآلات داخل المصانع ، وأول من إستخدمه الشركات اليابانية في تصميم العمل الإنتاجي فيها بهدف تحقيق المرونة في العمل المصنعي . بموجب هذا الشكل تصنف الآلات في المصنع ضمن مجموعات ، بحيث تكون كل مجموعة ممثلة لمرحلة إنتاجية . وترتب مجموعة الآلات في المرحلة الإنتاجية الواحدة على شكل حرف U ، بحيث يدخل المنتج تحت التصنيع في المرحلة الإنتاجية من طرف ويخرج من الطرف الآخر ، بشكل يتمكن العمال من إتمام المرحلة بمرونة ، فهذا النظام يسمح لهم الإنتقال من آلة لآلة أخرى ضمن مجموعة الآلات الواحدة في المرحلة الإنتاجية الواحدة بسهولة ويسر ودون وجود عوائق . ويعمل على مجموعة الآلات في المرحلة الإنتاجية الواحدة فريق عمل مكون من فئتين: الأولى وتشتمل على عمال متخصصين أي كل عامل متخصص بالعمل على آلة معينة . أما الفئة الثانية فتشتمل على عمال لديهم عدة مهارات تمكنهم من العمل على عدة آلات ضمن المرحلة الإنتاجية الواحدة ، بحيث يكون بإمكانهم أن يحلوا محل أي عامل من العمال المتخصصين في حالة غيابه عن العمل .

47-Central Bank	المصرف المركزي

يتربع هذا المصرف في دول العالم على قمة هيكل الجهاز المصرفي فيها ، ويقوم بتنفيذ والإشراف على السياسة النقدية والإئتمانية والمصرفية فيها ، بما يساعد على تلبية متطلبات النمو الإقتصادي في الدولة ، والعمل على تحقيق الإستقرار النقدي فيها . وهذا المصرف هو المعني بإصدار العملات النقدية في البلدان وفق التشريعات والضوابط الإقتصادية والمالية والنقدية المعمول بها فيها . كما يقوم بالتحكم بنسبة الإحتياطي القانوني المفروض على المصارف المختلفة للإحتفاظ به كنسبة مئوية من حجم الودائع التي تحصل عليها . ويقوم أيضاً بمسك الحسابات الجارية للحكومة ، وإصدار ودفع أدوات الدين العام ، وكذلك دفع الفوائد الدورية المستحقة لحملة السندات الحكومية .

48-Central Market	السوق المركزي أو سوق المدينة

مكان تتجمع فيه السلع المختلفة من عدة أماكن أو أسواق أخرى (فرعية) ، ويتصف بكبر حجمه ، والتنوع الكبير في السلع المعروضة فيه ، وتكون أسعار السلع فيه أقل من الأسواق الأخرى بسبب المنافسة (كثرة البائعين) ، وعدد المستهلكين الذين يرتادونه كبيراً .

49-Central Tendency Error **خطأ الميل لإعطاء تقديرات متوسطة**

خطأ يقع فيه المقيمون عند تقييم كفاءة الموظفين (المرؤوسين) ، وذلك بتقييم غالبيتهم بتقييمات متوسطة ، هرباً من مساءلة المرؤوسين وتجنباً للمشاكل وعدم إحداث الغيرة بينهم .

50-Centralization of Performance **مركزية الأداء**

أداء العمل أو تنفيذه من قبل جهة واحدة وفي مكان واحد ، وهذه المركزية تختلف عن مركزية السلطة ، التي تكون معنية بصنع القرارات من قبل شخص أو جهة معينة ، وقد تجتمع الإثنتان معاً ، حيث يصنع القرار وينفذ العمل في جهة واحدة ومكان واحد .

51-Centralization of Purchasing **مركزية الشراء**

سياسة تتبعها المنظمات ذات الفروع الموزعة جغرافياً على عدة مناطق ، بموجبها تقوم الإدارة المركزية للمنظمة (المنظمة الأم) بشراء إحتياجات الفروع من المستلزمات . والغرض من ذلك ضبط عملية الشراء وعدم التلاعب فيها ، والحصول على خصم الكمية ، لأن الشراء المركزي للفروع يكون بكميات كبيرة ، كما أن تكلفة الشراء تكون أقل من حيث تكلفة الشحن ، والتأمين وغيرها ، مقارنة بلا مركزية الشراء التي بموجبها ستتكرر عملية الشراء وتكلفتها بعدد من المرات بعدد الفروع .

52-Centralized Organization **منظمة (تنظيم) مركزية**

يشير هذا المصطلح إلى مركزية السلطة وصنع القرارات ، حيث تدار المنظمة والعاملين فيها بإحكام من قبل إدارتها العليا أو إدارتها المركزية ، وبالتالي تكون درجة تفويض السلطة محدودة فيها . وينصح باستخدام هذا الإتجاه فقط عندما يكون حجم المنظمة والعمل فيها صغيراً ، أما في المنظمات الكبيرة ، فلا ننصح بإستخدامه ، لأنه سيعيق ويؤخر تنفيذ العمل . وبشكل خاص في المنظمات ذات الإنتشار الجغرافي .

53-Certificate of Origin **شهادة منشأ**

وثيقة تصدرها عادة غرف التجارة أو الصناعة (أو أية جهة أخرى مسؤولة) تحدد فيها وبشكل مفصل منشأ المواد الخام أوالأولية المصنوعة منها السلع المصدرة ومكان إنتاجها.

54-Certificates of Deposits **شهادات الإيداع**

هي شهادات لحاملها قابلة للتداول وتُثبت إيداع مبلغ معين من المال في المصرف لأجل معين وبسعر فائدة محدد ، ويمكن تداولها من مالك لآخر وبسرعة . والفكرة الأساسية التي ترتكز عليها هذه الأداة

الإستثمارية (شهادات الإيداع)، هي تمكين المستثمر من إيداع أمواله بفائدة محددة ولأجل محـــدد ، مـــع ضمان سرعة سيولة هذه الوديعة وقابليتها للتداول في الوقت نفسه .

55-Certification of Companies **ترخيص الشركات**

شهادة أو وثيقة قانونية صادرة عن جهة حكومية مختصة ، تخول أو تسمح للشركة التي تحصـــل عليهـــا بممارسة نشاط أو عمل (صناعي ، تجاري ، خدمي) معين . ولا تمنح هذه الشهادة إلا بعـــد أن تســـتكمل الشركة كافة الإجراءات والثبوتيات الحكومية لممارسة نشاطها ، وبالتالي فهذه الوثيقة تجعل مـــن وجـــود الشركة وممارسة نشاطها في المجتمع شرعياً أو قانونياً.

56-Certified Check **شيك معتمد**

ويسميه بعضهم بالشيك المصدق ، وهو الذي يؤشر عليه المصرف بأنه ملتزم بـــدفع مبلغـــه . ويقـــوم المصرف عادة في هذه الحالة ، بحجز أو قيد مبلغ الشيك من حساب الساحب .

57- Chain of Command **سلسلة الأمر**

تعبر عن تسلسل السلطة وإصدار الأوامر من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته مروراً بكافـــة المســـتويات الإدارية . وهذا المرور لا يحدث إلا بقيام المستوى الإداري الأعلى بتفويض جزء من ســـلطته للمســـتوى الأدنى ، الذي يقوم بدوره بالتفويض للمستوى الأدنى منه وهكذا . إذاً توضح سلســـلة الأمـــر علاقـــات السلطة والمسؤولية وإصدار الأوامر بين الرؤساء والمرؤوسين عبر المستويات الإدارية في الهيكل التنظيمي .

58-Chain of Stores **متاجر السلسلة**

هي متاجر لبيع التجزئة تعمل جميعها في ظل وإشراف إدارة مركزية ، تقوم بعملية شراء إحتياجاتهـــا مـــن السلع وتخزينها مركزياً ، ثم تعمل بعد ذلك على تموين متاجر السلسلة بحاجتها مـــن الســـلع المشـــتراة في مناطق جغرافية متعددة . وبالتالي نجد أن الإدارة المركزية لمتاجر السلسلة تقوم بنفس دور تـــاجر الجملـــة الذي يشتري بكميات كبيرة ليخزنها ويبيعها بعد ذلك لتجار التجزئة .

59-Chain of Production **سلسلة الإنتاج**

هي المراحل التي يمر بها المنتج (السلعة) تحت الصنع من بداية العملية الإنتاجية وحتى نهايتها ، أي إنتـــهاء تصنيع المنتج .

60-Chamber of Commerce **غرفة تجارة**

هيئة ذات كيان قانوني رسمي تمثل النشاط التجاري في منطقة جغرافية معينة وتضم كافة التجار المنتســـبين إليها والذين يمارسون أعمالاً تجارية في نفس المنطقة ، ويتكون هذا الكيان من :

- الهيئة العامة: وتمثل جميع التجار المنتسبين للغرفة وهي ترسم سياسة عمل الغرفة ونشاطها والموافقة على ميزانيتها .
- مجلس إدارة : ينتخب أعضاءه من قبل الهيئة العامة ، وينفذ السياسة والقرارات التي تقرها الهيئة العامة .
- رئيس الغرفة : وينتخب من قبل أعضاء مجلس الإدارة ، وهو المسؤول عن إدارة الغرفة وتنفيذ سياستها أمام مجلس الإدارة .
- نائب رئيس الغرفة : ينوب عن رئيس الغرفة في حال غيابه .
- جهاز إداري : ويتكون من مدير عام ورؤساء أقسام مختلفة يؤدون أعمالاً مختلفة بحثية ، وإدارية ، ومالية ...الخ .

وللغرفة موازنة خاصة بها وتخضع لإشراف الحكومة عليها ، وتقدم خدمات فنية إستشارية للأعضاء المنتسبين لها ، وعقد المؤتمرات والندوات ، وإصدار شهادات منشأ ...الخ ، وتمول ذاتياً من رسوم إشتراكات الأعضاء ، وشهادات المنشأ وغيرها من الموارد .

61-Chamber of Industry — غرفة صناعة

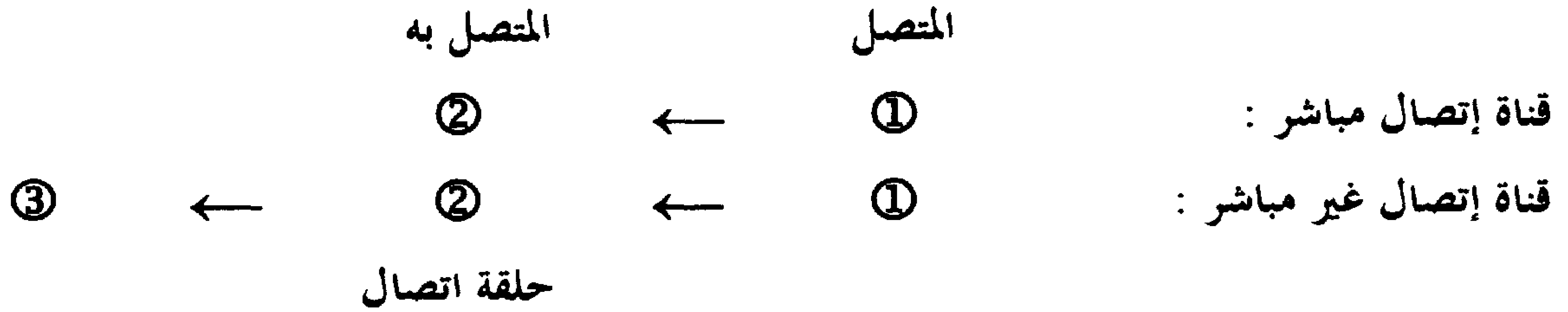
هيئة ذات كيان قانوني رسمي يمثل النشاط الصناعي في منطقة جغرافية معينة ، وتضم كافة الصناعيين المنتسبين إليها الذين يمتلكون منشآت صناعية ذات أحجام مختلفة ، ويمارسون الإنتاج الصناعي لعدد غير محدود من السلع ، وفي ذات المنطقة الجغرافية . ويتكون هذا الكيان من : هيئة عامة تضم كافة الصناعيين المنتسبين للغرفة ، ومجلس إدارة منتخب من قبل الهيئة العامة للغرفة ، ورئيساً للغرفة ونائباً له ، وجهازاً إدارياً يشرف عليه مدير عام (أنظر تفصيلاً في مهام غرفة التجارة Chamber of Commerce لأنها ذات المهام لكن في مجال الصناعة) .وبالتالي يمكن القول بأن غرفة الصناعة تمثل القطاع الصناعي الخاص، الذي يعمل في ظل ورعاية الحكومة ، وبتنسيق كامل معها ، من أجل تحقيق أهداف النمو الإقتصادي في البلد .

62-Channels of Distribution Research — بحوث قنوات التوزيع

تهدف إلى تحديد أفضل المنافذ لتوزيع المنتج لسلعته كتجار الجملة ، والتجزئة ، ومتاجر الأقسام ...الخ ، وهل سيتم الإعتماد على القنوات القديمة أم سيتم البحث عن جديدة . كما تهدف إلى تقييم أداء هذه القنوات لمعرفة في ما إذا كانت هناك حاجة لإجراء تعديل عليها أم الإبقاء على حالها ، وهل يحتاج الأمر إلى زيادة عددها أم عددها الحالي يكفي ؟

63-Channel of Communication — قناة إتصال

هي المسار الذي تنتقل من خلاله المعلومات والأوامر والتوجيهات والتقارير ..الخ من المتصل (فـرد ، جماعة ، إدارة ...الخ) إلى المتصل به ، وهذه القناة إما أن تكون مباشرة أو غير مباشرة ، حيث يمر مضمون الإتصال (الرسالة) بعدة حلقات بين المتصل والمتصل به الأخير كما هو موضح في الشكل التالي :



64-Channels of Distribution — قنوات التوزيع

ويسميها بعضهم بقنوات التسويق ، وتمثل الممر التسويقي أو حلقات التسويق التي تمر من خلالها السلعة من المنتج إلى المستهلك النهائي ، وتأخذ عدة أشكال منها على سبيل التوضيح :

- المنتج ← تاجر الجملة ← تاجر المفرق ← المستهلك .
- المنتج ← وكيل معتمد ← تاجر جملة ← تاجر مفرق ←المستهلك .

65-Characteristics of Information — خصائص المعلومات

تمثل المواصفات الجيدة التي يجب توفرها في المعلومات ، لتكون مفيدة وفعالة لمستخدميها في صنع القرارات وتنفيذ الأعمال بنجاح وهذه الخصائص ما يلي :

- الملاءمة .
- الصحة أي تمثل الواقع بشكل واضح .
- الحماية والسرية .
- التوقيت أي توفيرها في الوقت المطلوب .
- الحداثة .
- الكفاية أي تفي بحاجة مستخدمها .
- التكلفة .

66- Chart of Statistical Quality Control — خرائط الضبط الإحصائي للجودة

ويسميها بعضهم " بخرائط شيوارت Shewart Chart " نسبة لمستحدثها ، وهي طريقة إحصائية بيانية تظهر العملية المراد مراقبة جودتها . وتتضمن ثلاثة خطوط أفقية يمثل الخط الأوسط منها مستوى الجودة المطلوب تحقيقه ، ويمثل الخط الثاني الحد الأدنى للجودة الذي يجب عدم تجاوزه ، والثالث يمثل الحد الأقصى للجودة .

67-Charter Party Bill of Landing — وثيقة الشحن الخاصة

هي وثيقة تُثبت إستلام بضاعة على ظهر باخرة مستأجرة كلياً أو جزئياً ، بموجب عقد خاص بين المصدر للبضاعة ومالك الباخرة ، ولا ينطبق عليها شروط النقل البحري العادي .

68-Cheap Jack — بائع متجول

شخص يقوم ببيع بضاعة ذات طابع إستهلاكي (خضار ، فاكهة ، منظفات ، أدوات منزلية) لحسابه الخاص ، وذلك عن طريق الطواف بها في الشوارع والشقق السكنية ، وتكون السلع التي يبيعها رخيصة الثمن ، ويبيع بكميات ذات حجم صغير . ويطلق هذا المصطلح أحياناً على المتاجر الصغيرة التي تبيع بالمفرق للسلع الإستهلاكية ، حيث يكون حجم مبيعاتها صغيراً ، وتوجد في الأحياء السكنية من أجل تقديم خدماتها للسكان القاطنين فيها .

69-Check — شيك

ويسميه بعضهم بالصك ، وهو أمر مكتوب صادر من الساحب (زبون المصرف) إلى المسحوب عليه (المصرف) بدفع مبلغ محدد إلى طرف ثالث وهو المستفيد من حساب الساحب . ويجب أن يشتمل الشيك على عناصر وبيانات محددة بالقانون كاسم الساحب وكنيته ، وتاريخ السحب ، ومبلغ السحب ، وتوقيع الساحب ...الخ .

70-Check List Job Analysis Technique — تحليل العمل باستخدام أسلوب قوائم المراجعة

يعتمد هذا الأسلوب في تحليل العمل (الوظائف) على إعداد قائمة تشتمل على عدد المهارات التي تكون مطلوبة من أجل أداء الوظائف المراد تحليلها ، وهذه المهارات ذات طابع عمومي أي مطلوبة لأكبر عدد ممكن من الأعمال أوالوظائف . ويحدد لكل مهارة مقياس Scale مقسم إلى مستويات يعبر كل منها عن درجة حاجة كل وظيفة لكل منها ، أي توضح مدى أهمية كل مهارة لكل وظيفة يجري تحليلها . وتنحصر مهمة المحلل بدراسة المعلومات المجموعة عن طبيعة كل وظيفة ويضع إشارة عند كل مستوى من مستويات المقياس الخاص بكل مهارة ، حيث توضح هذه الإشارة درجة أهمية المهارة لكل وظيفة ومدى حاجتها لها . بعد الإنتهاء من عملية وضع الإشارات ، يقوم المحلل بإعداد تقرير تحليلي خاص بكل وظيفة يوضح فيه طبيعتها والمهارات اللازمة لأدائها ، وتوضيح مدى أهميتها .

71-Check off — الإقتطاع النقابي

مبلغ من المال تقوم المنظمة باقتطاعه من رواتب وأجور العاملين لصالح النقابات العمالية ، ويمثل رسم إشتراكهم أو إنتسابهم لهذه النقابات .

72-Check-Stop Payment — إيقاف دفع الشيك

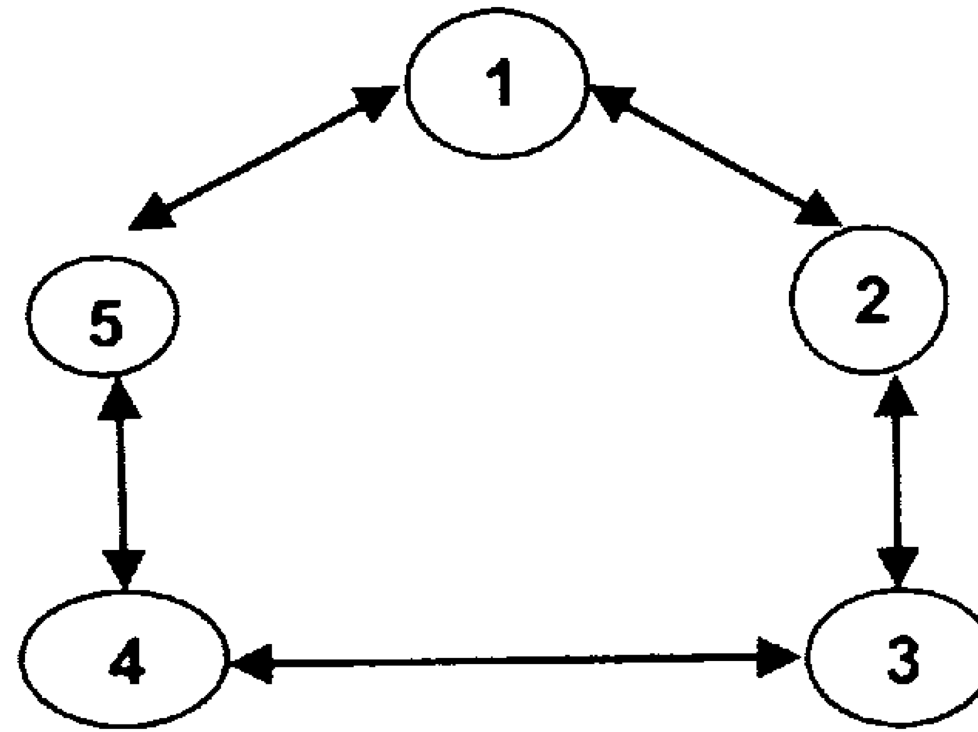
يعني توقف المصرف المسحوب عليه الشيك عن دفع مبلغه ، بناء على طلب عميله الذي حرر الشيك .

73-Child Care Assistance — مساعدة رعاية الطفل

إحدى المزايا الوظيفية التي تقدمها المنظمات للعاملين المتزوجين فيها ، حيث تقوم بإنشاء دار حضانة لرعاية أطفالهم خلال فترة عملهم ، وتعتبر هذه الميزة حافزاً للعاملين . وتقدم هذه المساعدة إما مجاناً أو لقاء رسوم مخفضة .

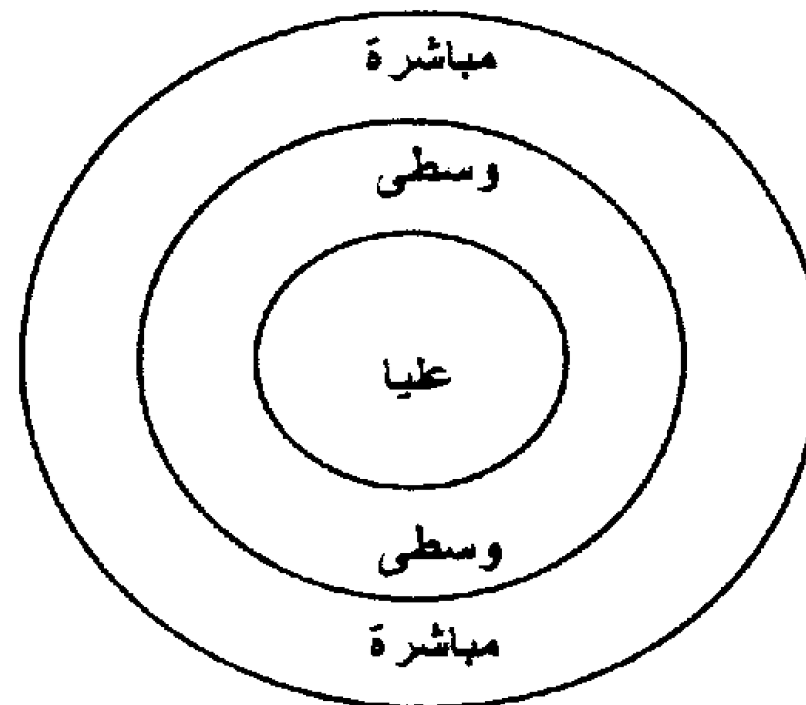
74-Circle Communication Net — شبكة الإتصال الدائرية

هي إحدى أنواع شبكات الإتصال الرسمي التي يمكن إستخدامها في المنظمات ، وفيها يكون كل شخص مرتبط بشخصين فقط ، أي أن بإمكانه الإتصال بهما ويتصلوا به مباشرة ، وبالتالي لا يمكن لأي شخص في المجموعة الإتصال بالآخرين إلا من خلال من يتصل بهم مباشرة كما هو موضح في الشكل التالي :



75-Circular Organizational Chart — الخريطة التنظيمية الدائرية

هي أحد الأشكال التي يُرسم بوساطتها الهيكل التنظيمي ،الذي يتكون من دوائر ، كل دائرة تمثل مستوى إداري معين . فالدائرة الأولى التي تمثل المركز هي الإدارة العليا ، والدائرة التي تليها تمثل الإدارة الوسطى ، والدائرة الثالثة هي الإدارة المباشرة ، وبالتالي فمنبع السلطة هو الدائرة الأولى التي تمثل المركز ، وفيما يلي شكل يوضح ذلك :



76-Civil Service — الخدمة المدنية

يطلق هذا المصطلح على العمل في الجهاز الحكومي للدولة ، ويطلق على الموظف الحكـومي أيـاً كـان مستواه الإداري ومرتبته الوظيفية مصطلح " موظف خدمة مدنية " ، وقد سمى بعضهم الجهاز الحكومي بـ " جهاز الخدمة المدنية " .

77-Civil Service Law **قانون الخدمة المدنية**

تشريع قانوني حكومي ينظم العمل وخدمة العاملين في أجهزة ومؤسسات الدولة ، حيث يكون مصاغاً على شكل مواد قانونية تتناول مسائل كثيرة كالتوظيف ، والرواتب والأجور ، وهيكل الوظائف ، والترقيات ، والعلاوات الدورية ، والمخالفات والعقوبات المسلكية ...الخ ، ويصدر هذا القانون عادة عن مجلس الأمة أو الشعب وبمرسوم جمهوري أو ملكي .

78-Class of Positions **فئة الوظائف**

هي مجموعة من الوظائف المتشابهة من حيث طبيعتها ، وصعوبتها ، ومسؤوليتها ، بغض النظر عن مسماها الوظيفي ، حيث يدفع لها راتباً واحداً ، ويحدد مؤهلاً علمياً لشغلها ، كأن يكون درجة البكالوريوس ، أو الشهادة الثانوية العامة مثلاً .

79-Classified Advertisement **الإعلان المبوب (المصنف)**

هو الذي يظهر ضمن الأعمدة العادية للصحيفة (الجريدة) ، ويكون محدد الموضوع وتحت عنوان مميـز، وينشر في مكان معين في الصحيفة ، بحيث يقرأه الباحثون عنه من المهتمين بموضوعه .

80-Classroom Training **التدريب في قاعات تدريسية**

يسميه بعضهم التدريب عن طريق المحاضرات ، وهو أحد الأساليب التدريبية التقليدية الشائعة كـثيراً في الإستخدام . بموجبه يقوم شخص يدعى بالمدرب المحاضر، الذي تتوفر فيه صفات معينة وخلفيـة علميـة جيدة عن موضوع التدريب ، بحيث يؤهله ذلك لعرض المادة التدريبية على المتدربين خلال فتـرة زمنيـة محددة . يستخدم هذا الأسلوب بشكل خاص للتدريب النظري ، ويتميز بأنه ذو تكلفـة قليلـة بسـبب إستيعابه لعدد كبير من المتدربين .

81-Clearance Paper **إخلاء طرف**

يستخدم هذا المصطلح في مجال شحن ونقل البضائع من المنتجين أو البائعين إلى المشترين وقنوات التوزيع.حيث بعد قيام المشتري باستلام طلبية الشراء وفحصها والتأكد من سلامتها ، يطلب الشاحن منه إخلاء طرفه ، الذي يعتبر إخلاءً لمسؤوليته ، وأنه قد سلم الطلبية للمشتري .

82-Clearing Account **حساب المقاصة**

حساب مصرفي يُظهر حركة الشيكات المتبادلة بين عميلين عن طريق المقاصة ورصيدها . ويطلـــق هـــذا المصطلح على حسابات المقاصة المستعملة في المعاملات الخارجية مع أو بين الدول ذات العمـــلات غـــير القابلة للتحويل .

83-Clearing House غرفة المقاصة

مكان يجتمع فيه مندوبو المصارف في مواعيد محددة ، لتبادل الشيكات المسحوبة على بعضهم مـــن قبـــل عملائهم ، بحيث تتم التسوية النهائية لها عن طريق حساباتهم لدى المصرف المركزي .

84-Clerical Abilities Test إختبار القدرات المكتبية

يستخدم هذا الإختبار في مجال إختيار الموارد البشرية للعمل في الوظائف المكتبية والكتابية التي ليس لهـــا علاقة بالجوانب الفنية ، وبالتالي فهو يهدف إلى إكتشاف مدى توفر قدرات معينـــة تحتاجهـــا الوظـــائف المكتبية، من أجل إنتقاء موظفين مؤهلين لديهم هذه القدرات للعمل فيها ، ومن هذه القدرات : الصـــياغة اللغوية ، الدقة في العمل ، القدرة على إستخدام الحاسوب ...الخ .

85-Clock Card بطاقة قيد الوقت

بطاقة يقوم العاملون بإدخالها في آلة خاصة تدعى آلة تسجيل الوقت ، حيث تسجل على البطاقة ســـاعة حضورهم إلى العمل وكذلك ساعة إنصرافهم منه ، وبالتالي فهذه البطاقة حلت محل سجل حضور العاملين إلى المنظمة وإنصرافهم منها ، الذي يوقعون بجانب أسمائهم عند الحضور والإنصراف .

86-Close Inventory مخزون آخر المدة

ويسميه بعضهم ببضاعة أو مخزون آخر المدة أو نهاية السنة المالية في 12/31 ، حيث يمثل هذا المخـــزون في هذا التاريخ ، كميات المواد والسلع ...الخ المتبقية من نشاط السنة المالية المنصرمة أو المنتهية ، والـــتي سوف ترحل لبداية السنة المالية التالية تحت بند مخزون أول المدة 1/1 .

87-Closed Company الشركة المغلقة

شركة لا تقبل إستخدام عاملين لديها إلا إذا كانوا منتسبين لنقابة عمالية معترف بها ، حيث يكون هناك تنسيق عالي بين النقابة وهذه الشركة بهذا الخصوص .

88-Closed Question السؤال المغلق

أحد أنواع الأسئلة المستخدمة في مجال الإستقصاءات وإجراء المقابلات لجمع المعلومات ، حيث تكون الإجابة محددة بنعم أو لا أو بعدد محدد من الإجابات . هذا النوع يسهل عملية تحليل الإجابات أو المعلومات التي يجري جمعها ، ويساعد على جمع معلومات وفيرة بزمن قصير .

89-Coaching of Employees تدريب العاملين بوساطة التعليمات الإرشادية أثناء العمل

أحد أساليب التدريب المستخدمة في مجال تدريب العاملين أثناء العمل ويسميه بعضهم بالتدريب الخصوصي . بموجبه تعد تعليمات إرشادية من شأنها تعليم المتدرب أداء عمله بشكل جيد ، وتشرح له ويوضح كيف يطبقها في عمله ، ويتابع هذا التطبيق وتصحح الأخطاء أولاً بأول . والمدرب في هذا الأسلوب يمكن أن يكون الرئيس المباشر ، أو شخص آخر لديه خبرة وإلمام ومهارة في عمل المتدرب .

90-Coalition Strategy إستراتيجية التحالف

إحدى الإستراتيجيات المستخدمة في مجال الإدارة الإستراتيجية ، تستخدمها المنظمة وتهدف من ورائها إلى إبرام إتفاق مع منظمة أخرى (أو أكثر) لمواجهة متغير بيئي يشكل تهديداً مشتركاً لهما ، أو وجود فرصة لا يمكن بإمكاناتها المتاحة إستثمارها لوحدها . وتتطلب هذه الإستراتيجية أحياناً تقديم تنازلات من قبل المنظمات المشتركة في الإتفاق ، للوصول إلى حل مشترك يساعدها على مواجهة الخطر أو استغلال الفرصة ، بما يضمن حقوق الجميع .

91-Co -Equal Employees العاملون المتكافئون

هم الموظفون أو العمال الذين يضمهم فريق عمل واحد ، ويمتلكون مهارات وقدرات واحدة ومستوى أداء متقارب ، بحيث يتمكنون من تنفيذ عمل مشترك بشكل متناسق ومتوازن وبوتيرة واحدة ، دون وجود فجوات بين مستويات أدائهم .

92-Coercive Leadership Style نمط القيادة القسرية

هو أحد أشكال الإدارة الديكتاتورية والعلاقة الأوتوقراطية بين الرئيس ومرؤوسيه ، حيث يتصف القائد بالصفات التالية التي هو مقتنع بها من وجهة نظره :

- الضغط على المرؤوس لأن يعمل وفق ما يريده هو وليس مرؤوسه .
- المرؤوس عليه التنفيذ لا التفكير فالمشاركة معدومة .
- التنفيذ دون السماح بإبداء الرأي ، والطاعة الكاملة من قبل المرؤوس .
- عدم الإقتناع بالحرية والمرونة في أداء العمل .

هذا النمط صحيح أنه يضبط العمل ، لكن إنعكاساته على الروح المعنوية سيئة للغاية ، ولا يمكن أن نصف صاحبه بالقائد ، لأن مرؤوسيه لن يكونوا على علاقة طيبة معه ولن يحبوه ، ويُضعف من روح الإنتماء لديهم تجاه عملهم والمنظمة .

93-Cogitative Multiplicity التعددية الفكرية

يقصد بالتعدد الفكري ، تعدد وتنوع المفاهيم والأفكار الموجود في ذهن الإنسان ، والتي يضمها نظامه الفكري .

94-Cogitative Selectivity — الإنتقائية الفكرية

يقصد بالإنتقائية الفكرية ، قيام الإنسان باصطفاء الأفكار التي يقتنع بها وتنسجم مع نظامه الفكري المركب ، ليضمها إليه .

95-Cognition Ability — المقدرة الإدراكية

يسميها بعضهم بالقدرة على الفهم والإستيعاب وهي ذات علاقة بذكاء الفرد ، حيث كلما إرتفع مستوى الذكاء لديه زادت درجة وسرعة فهمه وإستيعابه ، وتمكن من أن يفهم ويتعلم متى وكيف وأين يطبق المعرفة . وهذه القدرة هامة وضرورية لممارسة جميع الوظائف والأعمال ، لكن درجة أهميتها تختلف من وظيفة لأخرى حسب مدى تعقيدها وصعوبتها .

96- Cognition Aptitude Test — إختبار الإستعداد الإدراكي

أحد الإختبارات المستخدمة في مجال إختيار وتعيين الموارد البشرية . ويهدف إلى تحديد مقدرة طالب التوظيف على الإستيعاب والفهم السريع للمعرفة ، فالإنسان الذي يمتلك هذه القدرة هذا مؤشر على ذكائه ، حيث يكون بإمكانه فهم طبيعة عمله بشكل جيد وسريع ، ويكون بإمكانه التكيف بسرعة مع أي تغيير يتم إدخاله على عمله مستقبلاً ويتفاعل معه بنجاح . وبالتالي فهذا الأسلوب يركز على إختبار المقدرة الذهنية الفكرية والفهم والإستيعاب .

97-Cognition Conflict — الصراع الإدراكي

ويسميه المختصون بمستوى الصراع الإدراكي ، ويحدث عندما تدرك أطراف الصراع وجود إختلاف بين أهدافها ، وأن هناك فرصة من أجل عمل شيء ما ، من أجل حسم هذا الصراع لمصلحة جميع الأطراف المعنية .

98-Cognition Consonance — التوافق (الإنسجام) الإدراكي

يعبر عن التجانس الداخلي بين مكونات النظام الفكري للفرد ، بمعنى أن درجة التناقض أو التنافر بين مكونات هذا النظام من أفكار ومعتقدات ، وإتجاهات ...الخ قليلة جداً ، وهذا ينتج عن توازن في تفكير الإنسان ، أي أنه متزن فكرياً.

99-Cognition Dissonance — التنافر الإدراكي

يعبر التنافر هنا عن التناقض الداخلي الموجود بين مكونات نظام الفرد الفكري ، أي أن درجة الإنسجام والتوافق بينها ضعيفة . ويشتمل هذا النظام على مجموعة الأفكار، والإتجاهات ، والمعتقدات الموجودة لديه

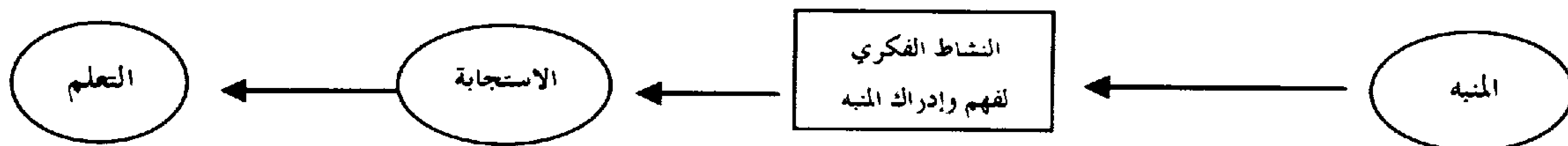
فالتنافر يجعل من تفكير الإنسان أو صاحبه في حالة تشوش ويحدث لديه إضطراباً في تفكيره وإدراكه، ويصعب عليه الوصول إلى فكرة واضحة ومحددة ، أو إلى إستنتاج معين ، مما ينتج عنه القلق ، وعدم الإرتياح ، والإضطراب .

100- Cognition Learning — التعلم الإدراكي

أحد أنواع التعلم الذي يستخدمه التدريب المعاصر ، ويهدف إلى توسيع آفاق تفكير المتدرب المتعلم وإدراكه للأشياء ، وتقوية بصيرته فيها ، فيعلمه كيف يفكر بشكل صحيح ، وكيف يفهم الأشياء ، وكيف يكتشف الغموض فيها . كذلك يعلمه كيف يحدد العلاقات التي تربط الأشياء ببعضها ، وكيف يفهمها ويدرك مكوناها بشكل صحيح .

101- Cognition Learning Theory — نظرية التعلم الإدراكي

ويسميها بعضهم بالتعلم المعرفي وتقوم على مفهوم أساسي مفاده : لايحدث التعلم دائماً نتيجة للتجارب التي يمر بها الإنسان في حياته من خلال تكرارها ، أو بتأثير العوامل البيئية المحيطة به فحسب ، بل يحدث أيضاً من خلال تفكيره وتأمله وإدراكه للمواقف التي يواجهها في حياته ، حيث يحدد طبيعة الموقف ، ويجمع المعلومات عنه ويحللها،ويستخلص النتائج التي من خلالها تحدث عملية التعلم . إذاً يقوم مفهوم هذه النظرية على الأركان التالية للتعلم وهي :



102- Cognition system — النظام الإدراكي

تكوين مركب داخل فكر الإنسان يتمثل بمجموعة الأفكار ، والمعتقدات ، والاتجاهات ، والإنطباعات الموجودة لديه ، التي تجعله يفكر ويدرك الأمور والمواقف والأشياء بصورة معينة ، أو بفهم معين ، أو باتجاه دون آخر .

103-Cohesion Group — تماسك الجماعة

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى مدى التقارب بين أهداف وسلوكات وإتجاهات ووجهات النظر بين أعضاء جماعة العمل ، ومدى تعاونهم وتعاطفهم وتلاحمهم مع بعضهم بعضاً.

104-Coins Debasement — غش العملة المعدنية

عملية يتم من خلالها تخفيض نوعية المعدن المصنوع منها العملة المعدنية ، أو درجة نقائها ، أو محتوياتها ، أو أي عمل من شأنه تغيير القيمة الحقيقية المعترف بها لتلك العملة .

105-Coinsurance **المشاركة في التأمين**

إحدى السياسات التي تتبعها شركات التأمين ، التي بموجبها يساهم المؤمن في تحمل جزء من الخسارة المتوقعة عند حدوثها مع شركة التأمين .

106-Coleman and March Communication Model **نموذج "كوليمان ومارش" عن الإتصال**

حدد كوليمان ومارش مكونات أية عملية إتصال بخمسة عناصر هي : المتصل (فرد أو جماعة) ، محتوى الرسالة ، وسيلة الإتصال ، المستقبل ، الإستجابة ، ويرى الباحثان أن الإتصال يمكن أن يفقد فاعليته عند أي عنصر من عناصره ، وبالتالي فمعوقات الإتصال يمكن أن تصاحب أي عنصر من عناصره الخمسة ، لذلك وللوصول إلى إتصال فعال يجب الإهتمام بعناصر الإتصال جميعها .

107-Collateral Job Stress Program **برامج معالجة ضغط العمل الموازية**

برامج توعية تصممها المنظمة خصيصاً من أجل مساعدة العاملين بشكل شخصي للتعامل مع ضغوط عملهم بشكل فعال وتخفيف آثارها السلبية عليهم . وتنفذ بشكل موازي أوإلى جانب برامج أخرى رسمية عامة تصممها من أجل معالجة ضغوط العمل بشكل عام أي على مستوى المنظمة ككل .

108-Collateralized Bonds **السندات المضمونة**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، بموجبها يتم الإتفاق بين الشركة المصدرة للسندات (المقترض) مع المستثمرين حملة السندات (المقرض) على تحديد ضمانات من قبل الشركة المقترضة التي أصدرت السندات ، لضمان حقوق حملة السندات بدفع قيمتها مع فوائدها المترتبة عليها في موعد إستحقاقها . وغالباً ما يكون هذا الضمان على شكل رهن عقارات لصالح المقترضين ، حيث يمكن التصرف بها وبيعها من أجل إسترداد قيمة السندات في حالة عدم سداد قيمتها .

109-Collection Letter **خطاب التحصيل**

يستخدم هذا المصطلح في مجال العمل المصرفي وهو عبارة عن نموذج مطبوع في العادة ، ترفق به الأوراق التي ستسلم للمصرف من أجل تحصيلها ، ويتضمن كافة البيانات والمعلومات والتعليمات الخاصة بعملية التحصيل .

110-Collection Period **فترة التحصيل**

يستخدم هذا المصطلح في مجال البيع الآجل ، وتعني المهلة الزمنية التي يمنحها البائع (أوالموزع) للمشتري والتي يتوجب في نهايتها دفع المبلغ المستحق عليه .

111- Collective Bargaining **التفاوض الجماعي**

إجتماع يضم أصحاب العمل وممثلين عن النقابة العمالية ، بهدف التباحث بشأن الأجور وساعات العمل وظروف المناخ المادي الذي يمارس فيه العمال أعمالهم وغير ذلك من الأمور ، والخروج باتفاق بشأنها .

112-Collective Bargaining Scope نطاق التفاوض الجماعي

يقصد بالنطاق هنا الجوانب أو القضايا أو الموضوعات التي ستكون موضع التفاوض بين أصحاب العمل (المنظمات) والنقابات ، ومن هذه القضايا على سبيل المثال الرواتب والأجور ، المزايا الوظيفية الإضافية ... الخ .

113-Collective Bargaining Structure هيكل التفاوض الجماعي

هو الإطار التنظيمي الذي تتم فيه المفاوضات الجماعية بين أصحاب الأعمال (أو الحكومة) والنقابات ، حيث يحدد هذا الإطار نطاق المشاركين فيها من أصحاب الأعمال والنقابات . وتشتمل هذه الهيكلية على مستويين هما :

- التفاوض المتعدد (الجماعي) ، وفيه يشترك عدد من أصحاب الأعمال (المنظمات) مع النقابة، بشأن الإتفاق على مسائل الرواتب والأجور والضمان الصحي .. الخ ، ويسري مضمون الإتفاق هنا على كل من وقع عليه من المنظمات ويكون ملزماً لها .
- التفاوض الإفرادي ، وفيه يتفاوض صاحب عمل واحد (منظمة) مع النقابة ، ويتم هذا الشكل من التفاوض ، عندما تكون المنظمة كبيرة الحجم ولها فروع أو عدة مصانع .

114-Collusive Bids عروض (عطاءات) التواطؤ

إتفاق بين الموردين على تقديم سعر معين لسلعة أو خدمة تريد المنظمة شراءها أو تنفيذها من قبل الغير . ومضمون هذا الإتفاق أن يتقدم الجميع بعروض سعر مرتفعة بفروقات سعرية بسيطة بينهم ، ليبيع أحدهم السلعة أو يؤدي الخدمة بسعر مرتفع عن الواقع بعد أن يرسي عليه العطاء ، ومن الباطن يتقاسم فرق السعر العالي مع باقي المتقدمين بالعروض .

115-Combination Offer العرض المرافق

إحدى طرق تنشيط المبيعات ، بموجبها تقدم سلعة مجاناً كهدية مرافقة إذا إشترى المستهلك سلعة معينة يراد ترويجها وتنشيط مبيعاتها .

116-Combination Strategy الإستراتيجية المختلطة (المركبة)

تعني تبني المنظمة لأكثر من إستراتيجية بآن واحد ، وذلك وفق الظروف البيئية التي تواجهها ، وبشكل خاص إذا كانت هذه الظروف (أو المتغيرات) سريعة التغير . وتستخدم هذه الإستراتيجية المركبة عادة في

المنظمات الكبيرة الحجم ذات الأنشطة المتعددة والمتنوعة ، التي تعمل في بيئات متعددة أيضاً ، كالشركات المتعددة الجنسيات مثلاً .

117-Commercial Advertising **الإعلان التجاري**

إعلان عن سلعة يوجه للمستهلكين من أجل إثارة دافعهم لشرائها أو إقتنائها أو طلبها .

118-Commercial Bank **المصرف التجاري**

هو أحد أنواع المصارف الذي يقبل ودائع نقدية ويدفعها لأصحابها عند الطلب ، وهو مختص بتمويل العمليات التجارية ، وفتح الإعتمادات المالية والحسابات الجارية لقاء فوائد محددة مسبقاً ، وتحصيل الشيكات والكمبيالات ، ويبيع النقد الأجنبي ، ويحفظ الأشياء الثمينة ، والقيام بدراسات إقتصادية ، وتحويل الأموال إلى الخارج . ويختص المصرف التجاري عموماً بالعمليات الإئتمانية القصيرة الأجل ، ويتميز بقدرته على تسييل وتحويل أصوله إلى نقدية بشكل سريع عندما يحتاج لذلك دون تحمل أية خسائر، فهذا المصرف يتعامل بأموال الغير الذين قد يطلبون إسترداد أموالهم في أي وقت ، لذلك فإنه مطالب بتحقيق هذا المطلب في الوقت الذي يسعى فيه إلى إستثمار الأموال وعدم تجميدها وتعطيلها عن الإستثمار.

119-Commercial Bribery **الرشوة التجارية**

تعني تقديم البائع لسلعة أو خدمة للشخص المسؤول عن شرائها (موظف) مبلغاً من المال أو الهدايا ..الخ ، لشراء السلعة من عنده بدلاً من شرائها من بائع آخر ، أو بسعر أعلى من سعرها الحقيقي ، أو بمواصفات أدنى ، أو بشروط شراء سهلة بالنسبة له .

120-Commercial Discount **الخصم التجاري**

يقصد به قيام المنتج بتخفيض سعر بيع منتجه بنسبة محددة لقنوات التوزيع التي تقوم بتسويق منتجه (تاجر جملة ، تاجر تجزئة ...الخ) ، والغاية من ذلك تشجيع هذه القنوات على شراء كميات كبيرة من منتجه .

121-Commercial Negotiation **التفاوض التجاري**

يحدث التفاوض بشكل عام عندما يوجد طرف يستطيع أن يلبي إحتياجات طرف آخر ، وعندما تتوفر النية لدى الطرفين للدخول في مساومة للحصول على شيء ما من الطرف الآخر . أما بالنسبة للتفاوض التجاري فهو يتم بين المنشأة وطرف خارجي ، والمحرك فيه عادة هو المصلحة المادية ، وينتهي إلى توقيع عقد تجاري بين الطرفين يشمل الإتفاق على مواعيد تسليم البضاعة ، الكمية ، المواصفات ، الجودة ، والسعر ...الخ .

122-Commercial Organization **منظمة تجارية**

كيان قانوني يأخذ شكل تجمع بشري له هدف ، وهي وحدة إقتصادية تعمل في مجال النشاط التجاري (شراء وبيع وإستيراد وتصدير) ، وتقوم بخدمة المنظمات الصناعية ، حيث تلعب دور الوسيط بين المنتج والمستهلك ، كتجارة الجملة ، والتجزئة ...الخ .

123-Commercial Paper — الورقة التجارية

صك يُكتب بشكل يجعله قابلاً للتداول ويمثل حقاً (مبلغاً من النقود) يستحق الوفاء ، إما بالإطلاع عليه، أو بعد تاريخ معين . ويتمثل هذا الصك بالشيك ، والكمبيالة ، والسند لأمر الناشئ عن عملية تجارية .

124-Commercialization of Product — طرح المنتج تجارياً

تقديم السلعة (أو الخدمة) للبيع في السوق المستهدف بشكل رسمي ونهائي وعلى نطاق واسع .

125-Commission Agent — الوكيل بالعمولة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Commission Merchants

تجار العمولة

126-Commission Merchants — تجار العمولة

وكلاء تكون السلع التي يسند إليهم توزيعها بحوزتهم أي بمخازنهم ، كأمانة لحساب صاحبها (الموكل) ، إلى أن يتم بيعها وتسليمها إلى المشترين وتسديد ثمنها لصاحبها .

127-Commodities and Services Classification — تصنيف السلع والخدمات

يقصد بالتصنيف هنا تقسيم السلعة أو الخدمة الواحدة إلى رتب حسب مستوى جودتها ، فالقطن المحلوج مثلاً هناك تصنيف عالمي له ، تتدرج جودته من رتب أدنى إلى رتب أعلى . كذلك الفنادق ، فهناك فنادق خمس نجوم ، وأربعة ، وثلاثة ...الخ . هذا التصنيف يسهل عملية التفاوض في عمليات البيع والشراء ، لأنه يكون معروفاً مسبقاً رتبة كل سلعة وسعرها الذي يرتفع مع إرتفاع الرتبة .

128-Common Stock — السهم العادي

يمثل حصة واحدة في رأس مال الشركة المساهمة ، وبالتالي فهو يعبر عن ملكية حامله في الشركة . ويخول السهم العادي حامله بممارسة حق التصويت في الإجتماع السنوي للهيئة العمومية للشركة ، كما يخوله المشاركة في إقتسام الأرباح مع باقي حملة الأسهم (المساهمون) . ويحصل حامل السهم العادي على باقي الأرباح بعد توزيع حصة أرباح حملة الأسهم الممتازة . وهذا السهم غير قابل للإستدعاء ، بمعنى أن حياته تمتد مع إمتداد حياة الشركة ، ومسؤولية حامل السهم مقتصرة على قيمة السهم الإسمية فقط في حالة إفلاس الشركة .

129- Communication — الإتصال

عملية يتم بموجبها نقل أو تحويل أو إرسال معلومات ، أوامر ، آراء ، أفكار ، مشاعر ، تعليمات .. الخ من جهة تدعى المرسل لأخرى تسمى بالمستقبل ، التي قد تكون فرداً أو جماعة ، من أجل إحاطتهم بها ، والتأثير في أدائهم وسلوكهم وتفكيرهم ، وذلك باستخدام وسيلة إتصال مناسبة . وبالتالي فالإتصال هو عملية نقل أو توصيل معنى مقصود بين الآخرين ، وهو عملية تفاعل إجتماعي يستخدمها الناس في أعمالهم وحياقم ، لبناء معاني تشكل في عقولهم صوراً ذهنية يتبادلونها بوساطة اللغة ، وبالتالي فهو يقوي العلاقات بين العاملين .

130-Communication Direction — إتجاه الإتصال (الرسمي)

هناك ثلاث إتجاهات للإتصال الرسمي داخل المنظمات هي ما يلي :

- الإتصال من الأعلى للأسفل : وينقل خطط ، قرارات ، أوامر ، توجيهات ...الخ من المستويات الإدارية الأعلى للأدنى ، بغرض تنظيم وتوجيه ورقابة العمل .
- الإتصال من الأسفل للأعلى : وينقل معلومات ، إحصاءات ، تقارير نتائج تقييم الأداء ، تقارير الرقابة ، رفع إقتراحات ...الخ ، ويتم من المستويات الإدارية الأدنى للأعلى .
- الإتصال القطري : هو الذي يحدث بين المستويات الإدارية دون التقيد بالتسلسل الرئاسي .
- الإتصال الأفقي : هو الذي يتم بنفس المستوى الإداري ، ويهدف إلى تحقيق التنسيق .

131-Communication Elements — عناصر الإتصال

الإتصال عملية تشتمل على عناصر أساسية بدون أحدها لا تكتمل لدينا هذه العملية ، وهذه العناصر ما يلي :

- الهدف : ويمثل الغاية من وراء الإتصال .
- المرسل : هو الذي يريد نقل معلومة لشخص آخر أو مجموعة .
- الرسالة : وتشتمل على فكرة ، معنى ... الخ يريد نقلها المرسل للآخرين .
- الأداة : وهي الوسيلة التي يستخدمها المرسل في نقل الرسالة .
- مستقبل : جهة أو فرد أو جماعة تستقبل الرسالة وإدراكها .
- إستجابة : تمثل ردة فعل المستقبل تجاه الرسالة التي إستلمها وتتجسد بعمل أو سلوك أو تصرف .
- تغذية عكسية : وتعبر عن تأكد المرسل بأن الإتصال قد حقق هدفه .

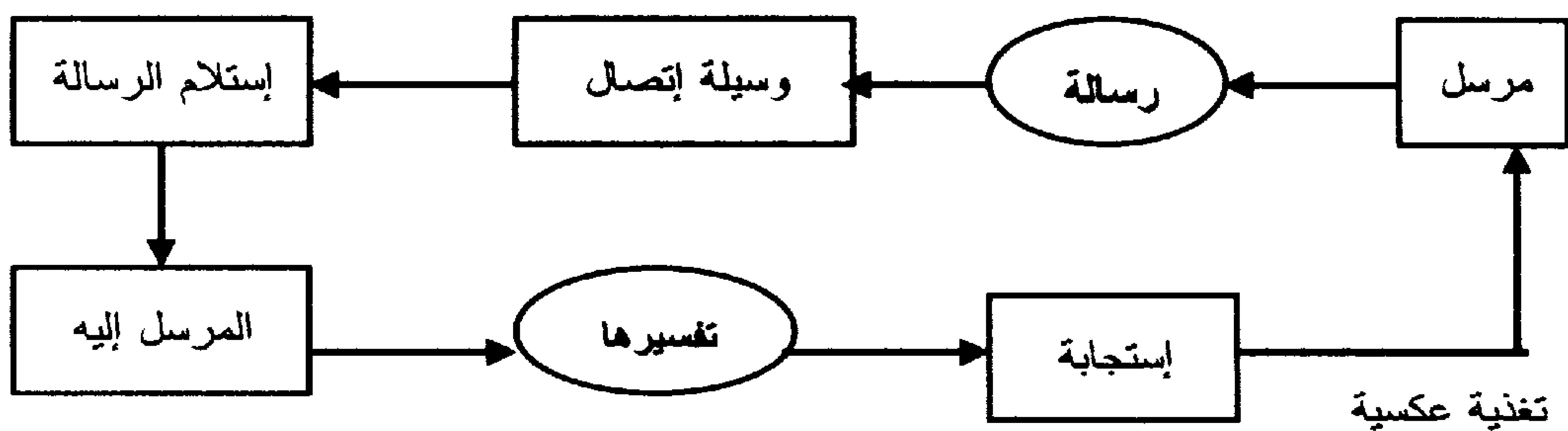
132- Communication Models — نماذج الإتصال

آراء متعددة لعدد من المختصين في مجال الإتصالات تتعلق بترتيب وربط عناصر عملية الإتصال بعضها

بعض ، وتوضيح العلاقة التفاعلية والتكاملية التي تحدث بينها . فنموذج الإتصال هو خريطة تفصيلية توضح معالم الإتصال الأساسية ، التي تشرح وتحلل العمليات الإتصالية التي تحدث في المنظمات بصورة واضحة وسهلة ومبسطة ، وتبين الركائز الأساسية التي تقوم عليها هذه العمليات .

133- Communication Process — عملية الإتصال

نقل أو إرسال معلومات ، أفكار ، معاني ، أوامر ، توجيهات ... الخ من شخص أو جماعة (مرسل) إلى شخص آخر أو جماعة أخرى (مستقبل) لإحاطتهم بها . وتتم هذه العملية من خلال مراحل متتالية متكاملة مع بعضها وفق ما هو مبين في الشكل التالي :



134-Communication Skill — مهارة الإتصال

قدرة المتصل على نقل معلومة أو فكرة للآخرين بشكل واضح ومفهوم بشكل شفهي أو كتابي، فمهارة الإتصال ليست مجرد تمرير معلومة للآخرين ، بل التأثير فيهم وفق ما يهدف إليه الإتصال . وتشتمل هذه المهارة أيضاً على مقدرة المتصل على الإصغاء الجيد للآخرين ، وفهم ما يريدون نقله إليه ، فالإصغاء الجيد وسيلة للفهم والإدراك الجيدان .كما يشتمل على مهارة التحدث والصياغة اللغوية اللتان تساعدن على نقل الرسالة بشكل واضح ومفهوم .

135-Comparison Factors Method -Job Evaluation — أسلوب مقارنة العوامل في تقييم الوظائف

هو أحد الأساليب المستخدمة في مجال تقييم الوظائف ، حيث يتم تقييمها من خلال الخطوات التالية :

- تحديد معايير التقييم : الجهد الذهني ، الجهد الجسدي ، المهارة ، المسؤولية ، ظروف وأحوال العمل .
- إختيار مجموعة الوظائف الدالة : وهي عينة من وظائف المنظمة تُنتقى بشكل تمثلها جميعها من حيث مستواها الإداري ، وصعوبتها...الخ ، وتقييم هذه الوظائف بوساطة المعايير.
- مقارنة الوصف الوظيفي لكل وظيفة من وظائف المنظمة مع تقييم الوظائف الدالة وباستخدام ذات معايير التقييم . فبافتراض أننا نود تقييم الوظيفة رقم ① وكانت مجموعة الوظائف الدالة مكونة من خمس وظائف هي أ ،ب،ج ،د،هـ ، نقارن وصف الوظيفة رقم ① ، مع وصف

الوظائف الخمسة لنحدد أي منها يتشابه وصفها مع وصف الوظيفة ① ، لنفترض أن التشابه كان مع الوظيفة (ب) . ننظر كم حازت الوظيفة (ب) على تقييم ، لنفترض أن تقييمها كان 70 /100 نقطة ، إذا يكون تقييم الوظيفة ① هو (70) نقطة ، وهكذا تقيم باقي وظائف المنظمة .

136-Compensable Factors of Job Evaluation — **العوامل التعويضية في تقييم الوظائف**

معايير يتم على أساسها تقييم الوظائف وتحديد مدى أهميتها لتحديد الراتب أو الأجر العادل لها ومن هذه العوامل مثلاً ، المعرفة ، والخبرة ، والمهارة التي تحتاجها الوظيفة ، وحجم المسؤولية المترتبة عليها .. الخ . فكلما توفرت هذه العوامل في الوظيفة وبدرجة عالية يُدفع لشاغلها راتباً أو أجراً أعلى ، وبالتالي فسميت بالتعويضية لأنه على أساسها يعوض شاغل الوظيفة بالراتب أو الأجر .

137-Copensating Balances — **الأرصدة التعويضية**

الرصيد التعويضي هو مبلغ من المال يطلب المصرف من زبائنه تجميده في حساباتها الجارية المفتوحة لديه ، كنوع من الضمان للقرض الذي يمنحه لهم .

138- Compensations Equity — **المساواة في دفع التعويضات**

توحيد معايير دفع تعويضات العاملين الذين يؤدون أعمالاً متشابهة من حيث الأهمية والصعوبة والجهد والمخاطر ، وهذا يتحقق من خلال تقييم الوظائف ، الذي يجعلهم يدركون المساواة في دفع تعويضاتهم . وقد أضيف جانباً آخر للمساواة هو:إدراك العاملين للمساواة الخارجية ، أي يدركون بأن التعويضات التي تدفع لهم من المنظمة التي يعملون فيها تعادل التعويضات التي تدفعها المنظمات الأخرى المشابهة ، للعاملين لديها في مثل وظائفهم ، والتي تعمل في نفس المنطقة الجغرافية .

139-Compensations-External Equity — **المساواة الخارجية في دفع التعويضات**

إدراك العاملين في منظمة ما أن ما يحصلون عليه من تعويضات منها يعادل ما يحصل عليه نظراؤهم الذين يعملون في وظائف مماثلة لوظائفهم في المنظمات الأخرى المشابهة وفي نفس المنطقة الجغرافية التي تعمل فيها منظمتهم .

140-Compensations-Internal Equity — **المساواة الداخلية في دفع التعويضات**

أن تكون التعويضات التي تدفعها المنظمة للوظائف المتشابهة فيها من حيث الأهمية ، والصعوبة ، والجهد ، والمخاطر المحيطة بها ، ومتطلبات شغلها متساوية نسبياً . وقد سميت هذه المساواة بالمساواة الداخلية ، لأنها تعبر عن سياسة المنظمة في دفع تعويضاتها للعاملين لديها وشعورهم وإدراكهم بها .

141-Compensations Management — إدارة التعويضات

عملية مكونة من أنشطة متكاملة تقوم بها إدارة الموارد البشرية في المنظمات الحديثة ، وتهدف إلى تحقيق العدالة والمساواة في دفع التعويضات المباشرة وتحقيق التنافسية مع ما تدفعه المنظمات المنافسة من تعويضات للعاملين لديها . وتشتمل هذه العملية على الأنشطة (الوظائف) التالية :

- تحليل العمل (الوظائف) لتحديد ماهية الوظائف وطبيعتها ، وحجم مهامها ومسؤولياتها، وظروفها ومتطلبات شغلها .
- تقييم الوظائف في ضوء نتائج التحليل ، وذلك من أجل تحديد مدى أهمية وصعوبة كل منها .
- تحديد هيكل التعويضات (الرواتب والأجور) والحوافز المالية الأخرى ، بناءً على نتائج التقييم .
- تقييم أداء العاملين بشكل مستمر لتحديد من يستحق المكافآت المالية والعلاوات زيادة على الراتب أو الأجر .

142-Compensation of Employees — تعويض العاملين

يشتمل على العوائد النقدية والعينية التي يحصل عليها العاملون في المنظمة وتصنف ضمن فئتين هما :

- التعويض المباشر : ويشتمل على العوائد المالية المرتبطة بأداء وجهد الفرد في عمله الراتب أو الأجر ، الزيادات الدورية ، البدلات النقدية ، الأجر الإضافي ... الخ .
- التعويض غير المباشر : ويشتمل على العوائد العينية التي تقدمها المنظمة لجميع العاملين لديها مثل تأمين صحي ، تأمين على الحياة ، ضمان إجتماعي ، سكن ... الخ .

143-Compensation Pack — حزمة التعويض

حزمة التعويض وفق الإتجاه التقليدي هي مجموع العوائد المالية ،الرواتب والأجور ، المكافآت ، العلاوات ... الخ التي يحصل عليها العاملون من المنظمة لقاء عملهم وجهدهم فيها . أما الاتجاه المعاصر فيضيف إلى هذه العوائد المالية ، عوائد معنوية كالرعاية والإهتمام، وحل المشاكل ، والمعاملة الحسنة ..الخ. إذاً يمكن القول بأن فلسفة حزمة التعويض مكونة من شقين : عوائد مالية ومادية وعوائد معنوية .

144-Compensation -Team Equity — مساواة التعويض في فرق العمل

يقصد بالمساواة هنا شيئين : أن تحصل الفرق ذات الإنتاجية العالية على تعويض متساو ، وأن يكون هذا التعويض أعلى من تعويض الفرق ذات الإنتاجية الأقل منها .

145- Compensatory Approach in (HR) Selection — المدخل التعويضي في إختيار الموارد البشرية

أحد المداخل المستخدمة في تصميم عمليات إختيار الموارد البشرية من أجل الحكم على مـدى أهليتـها للعمل في المنظمات . بموجبه تصمم عملية الإختيار أو الإنتقاء على شكل مراحل أو إختبـارات متعـددة تدعى بالحواجز ، التي يجب على المرشح المتقدم للعمل أن يجتازها جميعها بنجاح ، ويخصص لكل مرحلة أو لكل إختبار أو حاجز عدد من النقاط حسب مدى أهميته ، وتكون مهمة المرحلـة الواحـدة أو الحـاجز الواحد إكتشاف مدى توفر خاصية واحدة أو شرطاً واحداً من شروط التوظيـف . وفي ضـوء مجمـوع النقاط التي يحصل عليها المرشح خلال إجتيازه لجميع المراحل والإختبارات (الحواجز) ، يتقرر قبولـه أو رفضه ، حيث يوضع حد أدنى لمجموع النقاط يجب أن يصل إليه المرشح لتؤهله للتعيين . يفهم من ذلك أن هذا المدخل يسمح للمرشح باجتياز جميع المراحل أو الإختبارات وإن أخفق في إجتياز بعضها .

146-Compensatory Behavior سلوك تعويضي

ويمثل أحد أنواع السلوك الدفاعي الشعوري الذي يلجأ إليه الإنسان عندما يفشل أو يخفـق في تحقيـق حاجة أو هدف لديه لسبب ما ، حيث يستعيض في هذه الحالة عن الهدف الذي فشل في تحقيقه بهدف آخر كبديل أو تعويض عنه في ظل إمكاناته وقدراته وظروف البيئة المحيطة به . فعلى سبيل المثال إذا فشل الفرد في شراء سيارة من نوع معين وبمواصفات معينة بسبب نقص المال ، فإنه يبحث عن سيارة أخرى أرخـص تلبي حاجته .

147- Competence – Based Pay دفع الراتب أو الأجر على أساس الجدارة

الجدارة معيار مركب يتضمن أبعاد يتوقف عليها مستوى أداء الفرد لعمله والتي علـى أساسـها تحـدد كفاءته وإنتاجيته فيه ، حيث في ضوئها يدفع له راتبه أوأجره وباقي تعويضاته المباشرة . وتتكون الجـدارة وفق الإتجاه المعاصر مما يلي :

- المهارات .
- الصفات الشخصية الحسنة .
- الإبداع والابتكار .
- القدرة على تحقيق الأهداف والنتائج .
- التفاعل الإيجابي مع الآخرين .
- إرضاء الزبائن .

148- Competency Frameworks أطر الكفاءة

مخططات توضح مسميات الوظائف في كل مستوى إداري ضمن هيكل المنظمة التنظيمي ، وبجانب كل وظيفة المهارات المطلوبة لشغلها ، حيث في ضوئها تحدد أهلية المرشحين للترقية إليها . ويستعان في تحديد

هذه الأطر بنتائج تحليل ووصف الوظائف ، التي تبين متطلبات شغل كل وظيفة من وظائف المنظمة . وتعلن الأطر على العاملين عادة ، ليعرفوا مسبقاً ما الذي يتوجب عليهم إكتسابه من مهارات ليتمكنوا من شغل هذه الوظائف .

149- Competing Affiliation الإنتماء التنافسي

يشير مفهوم الإنتماء التنافسي إلى أن إنتماء العاملين للمنظمة ينافسه إنتماءات أخرى لديهم ، قد تؤدي إلى إضعافه كالإنتماء للأسرة الذي يشد الفرد لأسرته فيخاف على صحته كي لا تتضرر في العمل فلا يبذل كل جهده ولا يرهق نفسه . كذلك الإنتماء إلى التنظيم غير الرسمي الذي يدين الفرد له بالولاء وقد يتعارض هذا الولاء والإنتماء مع الإنتماء للمنظمة .

150- Competitive Advantage ميزة تنافسية

صفة أو خاصية تميز بها المنظمة منتجها أو خدمتها عن منتجات وخدمات المنافسين كالجودة ، السعر ، الخدمة بعد البيع ... الخ . وبالتالي فالميزة لا تكون موجودة في منتج المنافسين الآخرين ، ولا يمكنهم توفيرها في منتجهم إلا بعد فترة من الزمن ، لأنهم سيسعون إلى تقليدها لاحقاً . وعليه فالميزة التنافسية هي فرصة في السوق يتم إكتشافها وإستغلالها من قبل المنظمة قبل أن يكتشفها ويستغلها أحد المنافسين .

151-Competitive Advertising الإعلان التنافسي

هو الذي يُعلن عن سلعة أو خدمة لينافس سلعة أو خدمة أخرى منافسة ومساوية لها تقريباً من حيث جودتها ، ومواصفاتها ، وسعرها . ويهدف إلى كسب زبائن أكثر من المنافسين .

152- Competitive Edge الحد (حافة) التنافسي

يقصد بالحد هنا الإمكانات المتاحة لدى المنظمة التي على أساسها يتقرر قدرتها التنافسية . ولتحديد ذلك يجري تقييم لهذه الإمكانات ومقارنتها مع ما هو مطلوب من أجل تحقيق القدرة على المنافسة في السوق . ويشتمل التقييم على رسالة المنظمة ، خططها وأهدافها ، مواردها المادية والبشرية .. الخ ، فالتقييم الموضوعي يمكنها من أن تضع تخطيطاً واقعياً لنشاطها وقدرتها على المنافسة والربحية ، وبعض المؤلفين يطلقون هذا المصطلح على الميزة التنافسية ذاتها .

153-Competitive Environment البيئة التنافسية

هي البيئة القطاعية أو الصناعية التي تعمل المنظمة فيها ويخضع نشاطها لأثر متغيراتها . ويقصد بالصناعة هنا مجموع المنظمات التي تنتج نفس السلعة أو الخدمة ، ويعمل جميعها في ظل تأثير متغيرات بيئة خارجية واحدة تتعلق بالزبائن ، سوق العمل ، المصارف ، الموردون ، مصادر الطاقة..الخ . وتتكون هذه البيئة وفق صاحب فكرتها ميشيل بورتر Micheal Borter أستاذ إدارة الأعمال في جامعة هارفارد في الولايات

المتحدة الأمريكية من خمس قوى ، تعمل في ظلها المنظمات التي تنتمي إلى صناعة أو خدمة واحدة وهـذه القوى ما يلي:

- القوة النسبية للمستهلكين (حجم مشترياقم ومستوى دخلهم) .
- القوة النسبية للمزودين (موردو المواد ، الأموال ، ...الخ) .
- قوة المنتجات البديلة التي يمكن أن يستعيض بها المستهلك عن منتجات المنظمة .
- مستوى التنافس القائم بين المنظمات التي تنتمي لنفس الصناعة .
- المنافسون الجدد المحتمل دخولهم إلى السوق والصناعة .

154-Competitive Environment Structure — هيكل بيئة المنافسة

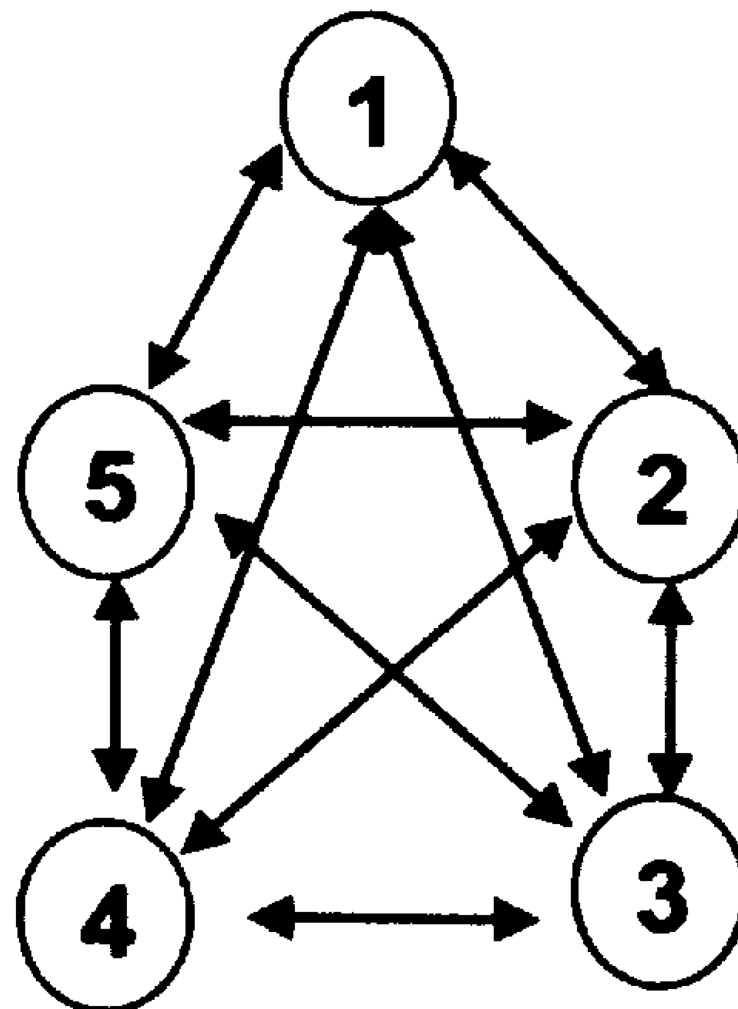
يتكون هذا الهيكل من مجموعة العناصر أو المتغيرات التي تؤثر في نشاط المنشآت التي تنتمي إلى صناعة واحدة كالغزل ، السيارات ...الخ . ومن هذه المتغيرات : عدد المنتجين لنفس السلعة ، عدد السلع البديلة ، الموردون ، الوسطاء ، الزبائن ...الخ ، أنظر تفصيلاً في المصطلح المرادف رقم (153).

155-Competitive Strategy — إستراتيجية تنافسية

تسعى هذه الإستراتيجية إلى حشد موارد وطاقات وإمكانات المنظمة وتخطيطها وتنظيمها ، من أجل زيادة قدرتها ، وضرب منافسيها في السوق، وكسب زبائنهم وحصة أكبر من السوق ، وجذب المزيد من الزبائن لشراء سلعتها أو خدمتها ، وتركز هذه الإستراتيجية بشكل خاص على تحقيق ميزة تنافسية غير موجودة لدى منافسيها .

156-Completly Connected Net — شبكة الإتصال الكاملة

ويسميها بعضهم بشبكة الإتصال المتشابك ، بموجبها يتاح لكل شخص في المجموعة أو المنظمة أن يتصل بالآخرين ، بمعنى أن الإتصال بموجبها يسير في كافة الإتجاهات ، وفي ما يلي شكل يوضح هذه الشبكة :



157-Components Parts | **أجزاء مصنعة تركيبية**

مواد على شكل أجزاء مصنعة يتم تجميعها مع بعضها من خلال تصنيع تركيبة متتالية ومتسلسلة، للحصول على سلعة قابلة للإستخدام ، كصناعة السيارات ، والتلفاز وغيرها .

158- Compressed Week Work | **العمل الأسبوعي المضغوط**

إحدى الوسائل المستخدمة في تنظيم ساعات العمل الرسمية في المنظمات ، بموجبها يتم تقليل عدد أيام العمل الأسبوعية ، فبدلاً من أن يعمل الفرد ست ساعات عمل يومياً ولمدة ستة أيام أسبوعياً يعمل خمسة أيام، وعدد ساعات اليوم المختصرالتي تبلغ ست ساعات ، توزع على أيام العمل الخمسة .

159-Comprehensive Control | **الرقابة الشاملة**

يسعى هذا النوع من الرقابة إلى تقييم الأداء الكلي للمنظمة ، ومعرفة مدى كفاءتها في تحقيق الأهداف العامة المطلوبة ، مثل نسبة الربحية التي تم تحقيقها ، وحصة المنظمة من السوق ، وقدرتها التنافسية...الخ .

160-Computer –Learining Assisted Program | **برنامج التعلم التدريبي الإرشادي بمساعدة الحاسب الآلي**

أسلوب حديث يُستخدم في مجال التعلم التدريبي يتم داخل قاعات مجهزة بحواسيب إلكترونية شخصية مربوطة بحاسوب مركزي مخزن فيه المادة التعليمية أو قد تخزن في موقع الإنترنيت ، حيث بإمكان المتعلمين المتدربين تلقي المادة التعليمية عن طريق الدخول إلى الموقع أو إلى الحاسوب المركزي والحصول على المعلومات ، الذي يرشدهم إلى كيفية إستخدامها ويشرحها لهم عن طريق إرشادات يقدمها لهم . ميزة هذا الأسلوب قلة تكاليفه ، ويحصل المتعلم المتدرب على تغذية عكسية من الحاسوب حول مدى صحة فهمه وصحة تطبيقه لتعليماته فوراً على الشاشة .

161- Computer – Based Training | **التدريب باستخدام الحاسوب**

هو أحد الأساليب المرئية المستخدمة في مجال التدريب ، حيث يعد المدرب المادة التدريبية وينسخها على (CD) ويعرضها على شاشات عرض موجودة أمام المتدربين ، ويقوم بشرحها لهم من خلال الشاشة الموجودة أمامه ، التي هي مرتبطة بالشاشات الموجودة أمامهم من خلال شبكة إلكترونية . ميزة هذا الأسلوب أن المدرب يمكنه الإستفادة من تقنية الحاسوب ، فيعرض رسومات وأشكال ملونة فتكون الإستفادة من التدريب أكبر . أضف إلى ذلك أن هذا الأسلوب يوفر وقت التدريب ويختصره .

162- Computer Connectivity | **الإتصالية الحاسوبية**

مصطلح يستخدم للإشارة إلى الإتصالات التي تتم بين الحاسبات الآلية ، حيث أصبح بالإمكان إرسال معلومات من حاسب آلي لآخر ، والنفاذ إلى المعلومات المخزنة في حاسب آلي آخر في نفس المنظمة أو في منظمة أخرى عبر العالم .

163- Computer Integrated Manufacturing System (CIM) **نظام التصنيع المتكامل المحوسب**

سلسلة من العمليات والأنظمة الفرعية المتكاملة التي يتم من خلالها تصنيع المنتج والرقابة عليه باستخدام الحاسب الآلي ، وهذه العمليات والأنظمة ما يلي :

- تصميم المنتج وتحديد تركيبته الفنية .
- تخطيط إحتياجات الإنتاج من المواد الصناعية .
- جدولة الإنتاج مع توقيتها الزمني .
- الرقابة على عمليات التصنيع .

164- Computer- Internet Interview **المقابلة من خلال الحاسوب وشبكة الإنترنيت**

بسبب بعد المسافات وتخفيضاً لتكاليف المقابلات ، حل الحاسوب مكان الإنسان في إجراء المقابلات ، حيث أصبح هذا الأسلوب مستخدماً في مقابلات التوظيف ، وقبول الطلاب في الجامعات ، ومجالات عديدة أخرى . بموجبه يزود المبرمج الحاسوب بالأسئلة التي يُراد طرحها على الأشخاص الذين مطلوب مقابلتهم ونماذج إجاباتها وتقديراتها (علاماتها) ، حيث يُعد المبرمج البرنامج المناسب وينزله على موقع الإنترنيت الخاص بالمنظمة ، فيقوم الشخص الذي يراد مقابلته بالدخول على الموقع ويحصل على الأسئلة ويجيب عنها ، هذه الإجابات يستلمها الحاسوب ويقوم بتقييمها وإعطاء نتيجة المقابلة فوراً ، وتحديد أهلية الشخص للتعيين في المنظمة أو القبول في الجامعة... الخ .

165- Computer Network **شبكة الحاسوب**

مصطلح معلوماتي يشير إلى مجموعة من الحواسيب المرتبطة مع بعضها بوسائل إتصال ، بحيث يجري تداول المعلومات في ما بين هذه الأجهزة من جهة ، وبينها وبين الملحقات المتصلة بها من جهة ثانية ، مما يسمح بمشاركة المعلومات .

166- Computerized Personnel Information System (CPIS) **نظام معلومات الأفراد المحوسب**

نظام يستخدم الحاسب الآلي في تسجيل كافة البيانات المتعلقة بالقوى العاملة داخل المنظمة، وإجراء معالجة إلكترونية عليها لتحويلها إلى معلومات صالحة للإستخدام في صنع القرارات المتعلقة بهذه القوى

العاملة . مثال ذلك ، يقوم هذا النظام بإجراء حسابات تتعلق بدوران العمل ، ومعدل غياب العاملين عن عملهم خلال فترة زمنية محددة ، وأيضاً حساب إنتاجية العمل بعد تدريب العاملين وما شابه ذلك .

167- Concentrated Marketing Strategy إستراتيجية التسويق المركز

إحدى الاستراتيجيات المتبعة في مجال التسويق ، بموجبها تعمل على إختيار شريحة واحدة من المستهلكين أو جزء معين من السوق (السوق المستهدف) ، وتوجه إليها أو إليه مزيجاً تسويقياً خاصاً بها أو بـه ، بما يتماشى مع إحتياجاتها وظروفها ، فشركة رولز رويس للسيارات تنتج سيارة فاخرة جداً لشريحة معينة من المستهلكين الأثرياء .

168-Concentration of Authority تركيز السلطة

يشير إلى حصر سلطة صنع القرار والتصرف النهائي في قمة الهرم التنظيمي في المنظمة أو في بعض المناصب الإدارية .

169-Concentration of Purchases تركيز المشتريات

يشير معنى هذا المصطلح إلى الشراء من مصدر أو مورد واحد فقط ، وهي سياسة شرائية الغاية من إتباعها الحصول على مزايا إضافية من المورد ،لقاء الشراء منه فقط ، مثل الخصومات النقدية ، تسهيلات في دفع قيمة البضاعة ، ضمان إستمرارية توريد المستلزمات بالكميات والأزمنة الطويلة وغيرها .

170- Concentration Strategy إستراتيجية التركيز

إحدى الإستراتيجيات التي تلجا إليها المنظمات وبموجبها تسخر المنظمة إمكاناتها لإنتاج منتج واحد ، أو تقديم خدمة ، أو التعامل مع سوق معين . الغاية من ذلك عدم تشتيت جهودها وإمكاناتها على أكثر من منتج أو خدمة أو سوق ، فيضعف موقفها التنافسي ، فالتركيز يمكنها من عملية تحسين منتجها ... الخ باستمرار والتفوق على المنافسين .

171- Concentric Diversification Strategy إستراتيجية التنويع المترابط المركز

إحدى إستراتيجيات التوسع التي بموجبها تعمد المنظمات إلى إنتاج أو تقديم تشكيلة من المنتجات والخدمات لزبائنها ذات علاقة أو إرتباط بعضها ببعض، مثل شركة كوداك التي تنتج آلات تصوير ومستلزماتها من أفلام ، ومواد لتحميضها ، وحاملات آلات تصوير......الخ . وتهدف هذه الإستراتيجية إلى توسيع حصة المنظمة في السوق عن طريق تلبية حاجات متنوعة ذات إرتباط بعضها ببعض لدى الزبائن، وكذلك من أجل توزيع مخاطر الإستثمار ، بحيث لا يتم التركيز على منتج واحد أو خدمة واحدة فتكون درجة المخاطرة مرتفعة .

172-Conceptual Framework الإطار المفاهيمي

يمثل هذا الإطار مجموع تجارب وخبرات الفرد التي إكتسبها خلال حياته ، وبالتالي فهي بمثابة خزان معرفي يستند إليه في صنع قراراته ، وتعامله مع المواقف التي يصادفها في حياته . وبالتالي يعد هذا الإطار ذو أثر كبير في توجيه سلوك وتصرفات الإنسان في عمله وحياته الخاصة .

173- Conceptual Skill — المهارة الفكرية

هي القدرة على رؤية الصورة الشاملة لأي موضوع والإلمام بكافة أبعاده . وتشتمل هذه المهارة على عدد من المهارات الذهنية التي تعتمد جميعها على مستوى ذكاء الفرد ، ومن هذه المهارات : الإبتكار، الإبداع ، الإستنتاج ، حل المشاكل، التعامل مع المواقف الطارئة والمحرجة..الخ وبنجاح .

174-Concessionary Loans — قروض الإمتياز ذات الشروط السهلة

هي التي تتميز بمعدل فائدة معتدل أو مقبول مقارنة بالقروض الأخرى ، وأقساطها مريحة ليست كبيرة ، وفترة سدادها طويلة ، وضماناها ليست قاسية .

175-Concurrent Engineering Method — أسلوب الهندسة المتزامنة

هو أحد أساليب تنظيم تنفيذ العمل الذي يلغي منهج أو أسلوب تنفيذ العمل التتابعي ، بموجبه لا تؤدى المرحلة اللاحقة إلا بعد الإنتهاء من المرحلة السابقة ، فالهندسة المتزامنة تسعى إلى تنفيذ عدة مراحل أو خطوات بآن واحد لتقصير زمن تنفيذ العمل .

176-Conditional Sale Contract — عقد بيع شرطي

عقد بمقتضاه لا تنتقل ملكية البضاعة المباعة من البائع إلى المشتري ، إلا بعد أن يدفع قيمتها له .

177-Conditioned Privatization — الخصخصة المشروطة

هي عملية بيع جزئي أوكلي لممتلكات الحكومة الإنتاجية والخدمية للقطاع الخاص التي تكون ضمن شروط معينة مثل : عدم تسريح قوة العمل والإحتفاظ بها ، ومسألة الإدارة وغيرها .

178-Conditioning Learning Theory — نظرية التعلم الشرطي

صاحب هذه النظرية الروسي " بافلوف Pavlov" الذي وضح بأن التعلم يقوم على أساس وجود منبه وإستجابة لهذا المنبه . فقد لاحظ عند تقديم الطعام (المنبه) للكلاب بأن هناك إستجابة منها بسيلان لعابها عند مشاهدة الكلاب للشخص الذي يقدم الطعام لها . وتطور الأمر فلاحظ أن عند سماع الكلاب لوقع أقدام مقدم الطعام في الممر كان يسل لعابها دون رؤيته . بعد ذلك طور بافلوف التجربة فاستخدم قرع الجرس قبل تقديم الطعام لها ، فمع تكرار قرع الجرس وجد أن الكلاب يسيل لعابها عند سماع صوت الجرس الذي إعتبره منبهاً شرطياً أي منبه محايد ، وخلص بنتيجة هي أن العلاقة بين المنبه والإستجابة هي

التي تم من خلالها التعلم الذي أسماه بالتعلم التقليدي الشرطي . فعلى سبيل المثال إذا كوفىء الفرد في كل مرة يحقق الإنجاز المطلوب منه ، سيتعلم بأن هناك إرتباط ما بين الكفاءة والإنجاز والمكافأة .

179-Confirmed Credit **الإعتماد المعزز**

هو إعتماد مستندي يطلب فيه المصرف فاتح الإعتماد من المصرف مراسله ، أن يبلغ الإعتماد المفتوح للمستفيد ، وأن يضيف عليه تأييده أو تعزيزه .

180- Conglomerate Diversification Strategy **إستراتيجية التنويع الإنتاجي غير المترابط**

إحدى إستراتيجيات التوسع التي بموجبها تعتمد المنظمة على تقديم تشكيلة منتجات أو خدمات للسوق والزبائن مختلفة الأنواع لا ترابط بينها مثل شركة ميتسوبيشي اليابانية التي تنتج سيارات ، مكيفات هواء ، أجهزة فيديو ، تلفزيونات ...الخ . وتهدف هذه الإستراتيجية إلى توسيع حصة المنظمة السوقية عن طريق تلبية حاجات أكبر عدد من شرائح المستهلكين . وكذلك من أجل توزيع المخاطرة على أكثر من مجال إستثمار ، لتكون درجة المخاطرة أقل في ما لو تم التركيز على منتج واحد أو خدمة واحدة (مجال إستثمار واحد) . وتحتاج هذه الإستراتيجية إلى موارد مالية كبيرة، وتنوع في المهارات البشرية والتكنولوجيا.

181-Conglomerate Mergering Strategy **إستراتيجية الإندماج غير المترابط**

إندماج عدد من الشركات مع بعضها في شركة واحدة بمسمى أو عنوان جديد ، أو تحت مسمى إحدى هذه الشركات (حالة قليلة الحدوث) ، وهذه الشركات لا تمارس نشاطاً واحداً متماثلاً ، بل تمارس نشاطات متعددة ومختلفة .

182-Considerate Leadership Model **نموذج القيادة المراعية (الإعتبارية)**

وُضع هذا النموذج من قبل جامعتي"أوهايو وميتشيجان" في الولايات المتحدة الأمريكية ويشير مضمونه إلى ما يلي : القيادة الإدارية هي التي تأخذ في إعتبارها أن الفرد أهم عناصر العمل وتسعى إلى خلق جو عمل مريح وسار للمرؤوسين ، ليبذلوا كل ما بوسعهم لتحقيق الأهداف . ولخلق هذا الجو يتطلب من القائد أن يعامل تابعيه بإحترام وتقدير وكرامة ، ويقلل من إستعمال السلطة القانونية القهرية ، وبالتالي تتصف سلوكياته بما يلي :

- يعبر عن الإستحسان عندما يقوم مرؤوسوه بإنجاز عملهم ويشكرهم على ذلك .
- يطبق مبدأ إن أردت أن تطاع فاطلب المستطاع .
- يساعد مرؤوسيه على حل مشاكلهم في العمل ومشاكلهم الشخصية أيضاً .
- يكون ودوداً عطوفاً مع مرؤوسيه .
- يُمكن الإتصال به بسرعة .

- يركز على التحفيز بكافة أنواعه .

183-Consignment Selling **البيع بالأمانة**

أحد الأشكال التي يبيع بها تجار الجملة والوكلاء ، والموزعين ، وأحياناً المنتجين ، بموجبه لا يدفع المشتري قيمة البضاعة التي إشتراها عند إستلامها من البائع بل يدفعها له عندما يقوم ببيعها ، وبالتالي تكون البضاعة عند إستلامها من قبل المشتري بضاعة غير مباعة أي أنها أمانة لدى المشتري لحين بيعها ويعتبر هذا البيع أحد أنواع الإئتمان التجاري .

184-Consolidation Strategy **إستراتيجية الإندماج والتقوية**

إنصهار منشأتان إقتصاديتان (صناعيتان ، خدميتان) ذاتا كيانان قانونيان ، في منشأة إقتصادية واحدة وكيان قانوني واحد . ويحدث الإندماج لأسباب متعددة منها : عدم التنافس ، تقوية الإمكانات ، الوقوف أمام منافسة الآخرين ...الخ .

185-Consular Invoice **شهادة (فاتورة) قنصلية**

فاتورة أو قائمة تغطي سلعاً مصدرة يقرها قنصل الدولة المرسلة إليها البضاعة . وتستعمل هذه الشهادة للأغراض الجمركية للسماح بدخول البضاعة ، حيث يوضح فيها القيمة ، والكمية ، ومعلومات أخرى كالنوع والمنشأ وغيرها .

186-Consulting Selling **البيع الإستشاري**

يستخدم هذا الأسلوب بشكل خاص في مجال البيع الشخصي ، حيث يقوم رجل البيع بموجبه بدور الناصح للمشتري ، فيرشده إلى شراء السلعة التي تلبي حاجته ورغبته ، وهذا يتطلب من رجل البيع التعرف على طبيعة حاجة المشتري وظروفه وكل ما يتعلق بما يريده . في ضوء هذه المعرفة يقوم رجل البيع بنصح المشتري بشراء السلعة التي تلبي حاجاته .

187-Consumer **المستهلك**

شخص (أو منظمة) يقوم بشراء سلعة (أو خدمة) من السوق ليسد بها حاجة موجودة لديه ، وبالتالي فالشراء هنا لا يكون بغرض إعادة البيع ، أو الاستخدام في إنتاج سلعة أخرى لإعادة بيعها ، فالإستهلاك هنا يكون نهائياً من أجل تلبية الحاجة .

188-Consumer Acceptance of Product **قبول المستهلك للمنتج**

يطرح هذا المصطلح سؤالاً مفاده : متى يصبح المستهلك زبوناً للمنتج أي يفضله على المنتجات المنافسة، ويصبح لديه ولاء له ويستمر في شرائه . إن الإجابة عن هذا السؤال تكون من خلال ما يسمى بمراحل قبول المستهلك للمنتج التي يمكن توضيحها بما يلي :

- مرحلة تعرف المستهلك على المنتج وإدراكه له ، وذلك من خلال تزويده بمعلومات عامة عنه Awareness .
- مرحلة تقييم المستهلك للمنتج الذي يتم فيها مراجعة المعلومات التي حصل عليها عنه ، وفيها يطرح على نفسه أسئلة هي : هل يلبي المنتج حاجتي ورغبتي ، وهل يستحق تجربته عن طريق شرائه ؟ وهل سعره مناسب ؟
- مرحلة شراء المستهلك للمنتج وتجربته ومن ثم تقييمه بعد الإستخدام Trial .
- مرحلة الإستعمال المستمر والولاء للمنتج ، بعد أن يُثبت المنتج كفاءته في إشباع حاجة ورغبة المستهلك ، حيث يصبح زبوناً Adoption .

189-Consumer Awareness of Product — إدراك المستهلك للمنتج

يشتمل هذا الإدراك على الجوانب التالية :

- مدى معرفته بمواصفات ومستوى جودة المنتج .
- مدى معرفته بسعر المنتج .
- مدى معرفته بتشكيلة المنتج من حيث الحجم ، والعبوات ، وغير ذلك .
- مدى معرفته باسم الشركة المنتجة .
- مدى معرفته بمكان بيع المنتج .
- مدى معرفته بالتسهيلات المقدمة مع المنتج .

190-Consumer Credit — الإئتمان الإستهلاكي

هو القروض والسلفيات التي يقدمها المصرف للأفراد ، من أجل شراء بعض أنواع من السلع كالسيارة ، والحاسوب وماشابهها .

191-Consumer Goods — السلع الإستهلاكية

هي السلع أو المنتجات التي تباع للمستهلك الأخير أو النهائي كي يستخدمها بنفسه .

192-Consumer is a King — المستهلك هو ملك

يعبر هذا المصطلح عن إستراتيجية معاصرة تتبعها غالبية المنظمات اليوم ، وظهر بعد تحول سيادة السوق من المنتج إلى المستهلك بسبب شدة المنافسة في الأسواق . ومضمون هذه الإستراتيجية التي يعبر عنها هذا المصطلح ما يلي : لكي تبقى المنظمة وتستمر عليها تحقيق السعادة والرضا للزبون، ويتوجب عليها دراسة حاجاته ورغباته وتسعى لتلبيتها بأعلى كفاءة وفاعلية ، فرضاه وسعادته تعني أن مبيعات المنظمة جيدة وكذلك أرباحها . لذلك تؤكد هذه الإستراتيجية على أن الزبون هو أساس بقاء المنظمة وإستمراريتها ،

ورضاه هو سبب وجودها ، ويتوجب على كل من يعمل في المنظمة خدمته وتلبية ما يريده ، وهـو الـذي يقرر ماذا يُنتج وكيف وأين ومتى يتم هذا الإنتاج ؟

193-Cosumer Market **سوق المستهلك**

هو السوق الذي تباع فيه السلع الإستهلاكية على إختلاف أنواعها كالمواد الغذائية ، والتجميلية، والعطورات ، والألبسة ...الخ ، وتمارس عملية البيع في هذا السوق من قبل تجار المفرق .

194-Consumer Oriented Marketing **التسويق الموجه للمستهلك**

هو الذي يسعى لتحديد حاجات ورغبات المستهلك ، ومن ثم دراستها وتحليلها والعمل على إشـباعها ، من خلال منتج يلبي هذه الحاجات والرغبات بفاعلية عالية ، وبشكل يُحدث الرضى والسـعادة لديـه . أضف إلى ذلك يسعى التسويق الموجه إلى تقديم الخدمات اللازمة للمستهلك قبل شـرائه للمنـتج وبعـد الشراء ، لزيادة مستوى الرضى والسعادة لديه .

195-Consumer –Oriented Sales Promotion **تنشيط المبيعات الموجه للمستهلك الأخير**

محفزات يقدمها المنتج أو البائع أو المسوق لمستهلك السلعة الأخير أو النهائي مجاناً ، كوسيلة من وسـائل تنشيط المبيعات وتهدف إلى :

- حث المستهلك الجديد على تجربة السلعة ومن ثم شرائها .
- حث الزبون القديم على الإستمرار في شراء السلعة .
- منافسة الآخرين .
- زيادة حجم المبيعات .

ومن هذه المحفزات : العينات ، كوبونات سحب اليانصيب على الهدايا ، كوبونات الحسم علـى كميـة المشتريات وغيرها .

196-Consumer Price Index **مؤشر أسعار الإستهلاك**

هو مؤشر إقتصادي يبين مستوى أسعار السلع الإستهلاكية الفردية وتغيرها بين فترة زمنية وأخـرى ، أو خلال فترة زمنية محددة هي السنة في العادة .

197-Consumer Rights **حقوق المستهلك**

يقصد بها حقوق المستهلك على المنتج والمسوق للسلع ، وهي تعبر عن قواعد أخلاقية يجب أن يلتزم بهـا المنتجون والمسوقون في تعاملهم مع المستهلكين في السوق وهذه الحقوق ما يلي :

- حق المستهلك في الأمان The Right to Safty ، أي ألا تشكل السلعة خطراً على حياة وصحة المستهلك .
- حق أن يُعلم The Right to be Informed ، أي حماية المستهلك من الإعلان الذي يتسم بالغش والخداع ، وضرورة إعلامه بالحقائق ليتمكن من حزم أمره وإتخاذ قرار الشراء المناسب .
- حق الإنتقاء The Right to Choose ، أي ضمان جودة السلعة والخدمة المقدمة للمستهلك وبسعر معقول ما أمكن ذلك وإنتقاء ما يريد .
- حق الإستماع The Right to Heard ، أي السماع لشكاوى المستهلك ورغباته وحاجاته ، وأنها ستلقى الإهتمام والرعاية .

198-Consumer Units **وحدات المستهلك**

وحدة الإستهلاك هي مجموعة من المستهلكين الذين يستهلكون سلعة أو أكثر ، وسواء أكانوا أسرة ، أو فرداً ، أو منشأة ...الخ .

199-Contextual Performance **الأداء المرتبط ببيئة العمل**

سلوكات وتصرفات طوعية تصدر عن بعض العاملين في المنظمة ، تهدف إلى تحقيق النفع لها كمساعدة الزملاء في العمل ، البقاء في العمل بعد إنتهاء الدوام الرسمي لإنجاز بعض المهام...الخ وبدون أي تعويض مالي . وبالتالي فهذه التصرفات نابعة عن رغبة وقناعة شخصية من أصحابها وحبهم وإنتمائهم للمنظمة ، وعليه فالمنظمة التي توفر للعاملين فيها بيئة عمل مادية ونفسية وإجتماعية جيدة بالطبع ستحدث هذه البيئة ردة فعل إيجابية لدى عامليها تجاهها ، تتجسد بمثل هذا الأداء والسلوك الذي يعد مؤشراً على حبهم وإنتمائهم وولائهم لها .

200-Contingency Management Theory **نظرية الإدارة الشرطية**

تعتمد هذه النظرية في إتجاهها الفكري العام على نظرية الإدارة الموقفية ، التي لا تؤمن بوجود طريقة ، أسلوب ، نظرية ...الخ ، أمثل أو مثلى ، فالأفضل هو الذي يتماشى مع طبيعة الظرف أو الموقف أو ما تريده البيئة . ويقوم محور نظرية الإدارة الشرطية على مبدأ معروف هو " السبب والنتيجة" ، أي أنه إذا حدث كذا ، فسوف تكون النتيجة كذا ، لذلك إذا أردنا أن نصل إلى نتيجة معينة ، علينا أن نعرف ونهيء الأسباب التي تؤدي أو توصل إليها ، وإذا أردنا أن نفهم نتيجة ما ولماذا حدثت ، علينا أن نفهم أسبابها ، لذلك أعتبرت مرادفاً للإدارة الموقفية .

201- Contingent Workers **العمال الظرفيون أو العرضيون**

يسميهم بعضهم بعمال الحالات الطارئة ، وهم فئة من العمال غير المتفرغين أي غير دائمين، تستخدمهم

المنظمات في المجالات المستعجلة أو عندما يكون لديها ظرف عمل طارئ أو إستثنائي، حيث بزوال هذا الظرف تستغني عنهم . وهذه الفئة من العمال تتقاضى أجرها عادة على أساس ساعات العمل التي تكلف بها، وطبيعة عملهم لا تكون في العادة إدارية ، ومستوى أجورهم أقل من العمال الدائمين . والغاية من إستخدام هذه الفئة من العمال هي مساعدة العمال الأصليين الدائمين لتخطي الظرف الطارئ ، ويتم تشغيل هؤلاء العمال عادة بدون عقود عمل بينهم وبين المنظمة .

202-Continum Leaders Theory — نظرية نمط القادة المستمر أو المتصل

يشير مفهوم هذه النظرية التي صاحباها "تانينبوم وشميت Tanenbaum – Schmdith " إلى وجود أنماط متعددة للقيادة في علاقتها مع المرؤوسين في ما يخص المشاركة في صنع القرارات والتشاور وتقديم الإقتراحات ، حيث يمثل كل نمط منها درجة معينة من الحرية في العمل والمشاركة ، تتدرج من الأدنى للأعلى وفق ما هو موضح في ما يلي :

مدى إستخدام السلطة الرسمية لدى لقائد ←

مدى حرية العمل والمشاركة →

يسمح المدير القائد لمرؤوسيه بصنع القرارات ضمن مجال وحدود يحددها لهم.	يقوم المدير القائد بتعريف المشكلة وتحديد أبعادها،ومن ثم يطلب من مرؤوسيه اتخاذ القرار.	يقوم المدير القائد بتعريف المشكلة وتحديد أبعادها ومن ثم يطلب من مرؤوسيه تقديم اقتراحاتهم وهو يتخذ القرار.	يقوم المدير القائد بتعريف المشكلة ودراستها وتحليلها ويصل إلى مشروع قرار يعده في ضوء مقترحات مرؤوسيه.	يقوم المدير القائد بتحديد المشكلة ويدرسها ويعرض أفكاره حولها ويعرضها على مرؤوسيه ليعرف مقترحاتهم ومن ثم يتخذ القرار.	يقوم المدير بصنع القرار الذي يراه مناسباً ويقنع مرؤوسيه به.	يقوم المدير بصنع القرار بنفسه ويطلب من مرؤوسيه تنفيذه.

203-Continuous Budget — الموازنة المستمرة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Rolling Budget

الموازنة الدوارة

204-Continuous Manufacturing — التصنيع المستمر

هو الذي بموجبه يكون العمل في المصنع مستمراً طوال الأربع والعشرين ساعة ، حيث يعمل فيه عـادة ثلاث ورديات . والتصنيع المستمر ليس غاية أو هدفاً بحد ذاته إنما طبيعة الإنتاج تفرض هذه الإستمرارية ، كمصانع الحديد والصلب والفولاذ . وفي ظل التصنيع المستمر ، يكون حجم الإنتاج كبيراً ونمطياً .

205-Continuous Quality Improvement — تحسين الجودة المستمر

هو أن نأتي بالجديد والأحسن بشكل دائم ، فالجديد والأفضل هما رمز التميز وبالتالي البقاء والإستمرار ، فالبقاء على القديم يعني الزوال . إذاً فالتحسين المستمر هو القلب النابض للنجاح ، وهو لايقف عند حـد معين ، لأن الآخرين (المنافسون) يفعلون الشيء نفسه ، وهو وسيلة تتكيف المنظمة من خلالها مـع بيئتـها الخارجية ومع ما يريده الزبون .

206-Continuous Quality Improvement Circle Approach — مدخل دائرة تحسين الجودة المستمر

تمر عملية تحسين الجودة بموجب هذا المدخل بالمراحل التالية المستمرة :

- إختر العملية المطلوب تحسينها وحدد أهداف التحسين Select Process .
- إجمع معلومات عن العملية المراد تحسينها بوضعها الـراهن وادرسـها Study The Current Process .
- إبحث عن طريقة جديدة لتحسين العملية Seek a Way to Improve Process.
- صمم عملية محسنة Design an Improved Process .
- إنجز العملية المحسنة Implement the Improved Process .
- قيم العملية المحسنة Evaluate Improved Process.
- وثق نتائج التحسين على شكل نهج أو خطة ودرب عليها Documentation .

207-Continuous Self Improvement — التحسين الذاتي المستمر

تعتبر التنمية الذاتية (أو الشخصية) كما يسميها بعضهم أحد أركان إستراتيجية تنمية الموارد البشـرية في المنظمات الحديثة ، التي تطلب من جميع العاملين لديها رؤساء ومرؤوسين أن يجمعوا معلومات عن أدائهـم وسلوكهم الشخصي في العمل من خلال آراء الآخرين الذين يتعاملون معهم سـواء داخـل المنظمـة أو خارجها في مواقف وظروف يتعرضون لها . هذه المعلومات أو الآراء عليهم تقييمها من أجـل إكتشـاف وتحديد جوانب الضعف والقوة في أدائهم ، وأن يرسموا خطة تنمية ذاتية تشتمل علـى حلـول شخصـية لعلاج الضعف لديهم ، ووسائل لتدعيم جوانب القوة فيهم ، وهذه العملية يجب أن تكـون مسـتمرة ، ليضمنوا لأنفسهم تحسيناً مستمراً لأدائهم . ويطلب منهم أيضاً إلى جانب ما تقدم ، وضع تصور مستقبلي لطموحاتهم من أجل الوصول إلى وظائف أعلى عن طريق الترقية . وتجدر الإشارة إلى أن هناك مسـؤولية

تقع على عاتق الرئيس المباشر في دعم ومساندة مرؤوسيه من أجل تحقيق أهداف خطة تنميتهم الذاتية أو الشخصية .

208-Contracts Workers — عمال العقود

فئة من القوى العاملة تستخدمها المنظمة لديها بموجب عقود عمل مؤقتة تتضمن بنود أو شروط توظيفهم وتكون موضع إتفاق بينها وبينهم ليؤدوا أعمالاً معينة ، وبإنتهاء مدة العقد إما أن تستغني عنهم المنظمة ، أو تبرم عقوداً جديدة معهم . وتستعين المنظمات بهذه الفئة من أجل مساعدة العاملين الدائمين في إنجاز أعمالهم ، أو أن لديها أعمالاً تحتاج إلى مهارات معينة غير متوفرة لديها .

209-Contrarience Want — حب المخالفة

ويسميها بعضهم بحب المعارضة ، فالشخص الذي لديه هذا الميل نراه يحب معارضة الآخرين باستمرار في ما يقولونه أو يفعلونه ، على مبدأ "خالف تُعرف" ، ويكون لديه عادة حب الظهور .

210-Contrast Error at Interview — خطأ التضاد عند إجراء المقابلة

يقع هذا الخطأ في تنفيذ مقابلات التقييم من أجل التوظيف وغيرها، ومضمونه هو أن منفذ المقابلة يضع تقييمه عن الشخص الذي يقابله على أساس مقارنته مع الآخرين الذين قابلهم قبله ، دون أن يقيمه على أساس المعايير الموضوعة لهذا الغرض . فعلى سبيل المثال قد يقابل عدة أفراد ويكون تقييمه لهم ضعيفاً ويأتي واحد في الأخير فيكون مستواه متوسطاً فيراه جيداً مقارنة مع من سبق وأن قيمهم .

211-Contrast Error at Rating — خطأ التباين في التقييم

خطأ يقع فيه المقيمون (الرؤساء المباشرين) في عمليات تقييم أداء العاملين في المنظمات ، والتباين بوجه عام هو المقارنة بين شيئين لإظهار الفرق بينهما ، وبالتالي يعتبر خطأ من المقيم عندما يقارن أداء فرد ضعيف مع أداء فرد جيد بدلاً من إستخدام معايير التقييم في عملية التقييم ، حيث يكون المقيم في هذه الحالة قد ألغى دور المعايير وإستعاض عنها بأداء وصفات الشخص الجيد كمعيار للتقييم وهذا لا يجوز ويعتبر خطأ .

212-Contributary Retirement System — نظام التقاعد المشترك

هو مساهمة مالية مشتركة بين الموظف أو العامل وصاحب العمل في الموارد التقاعدية ، حيث يدفع كل منهما نسبة محددة من هذه المساهمة ، وذلك بموجب قانون العمل .

213-Control — الرقابة

هي إحدى وظائف المديرين والرؤساء وإحدى مكونات العملية الإدارية ، من خلالها يتأكد المدير أو الرئيس من أن تنفيذ العمل يتم وفق ما هو مخطط ومرسوم له ، وبالتالي فالرقابة في سبيل ذلك تسعى إلى متابعة العمل ، وقياس الإنجاز الفعلي ومقارنته مع ما هو مخطط باستخدام معايير تدعى بالمعايير الرقابية ،

التي يقارن بها هذا الانجاز ، حيث بنتيجة المقارنة تتحدد الإنحرافات الإيجابية التي يجب تدعيمها بعد تحليل الأسباب التي أدت إليها ، والإنحرافات السلبية وأسبابها أيضاً ، وكيفية معالجتها وتلافيها مستقبلاً ، في سبيل تحقيق الأهداف المطلوبة بأعلى كفاية ممكنة . إذاً يمكن القول بأن الرقابة عمل يتأكد المدير من خلاله أو (المسؤول) بأن ما تم فعله أو تنفيذه هو الذي كان مقصوداً ، والتثبت من دقة الإتجاه نحو الهدف ، والتأكدمن صحة المسار إليه .

214-Control by Results **الرقابة بالنتائج**

تمثل إحدى إتجاهات الرقابة التي تستهدف وتركز على المخرجات ، وتقلص الإهتمام بالرقابة على المدخلات والعمليات والأنشطة التحويلية للمدخلات .

215-Control- Experimental Evaluation Method **الرقابة بأسلوب التقييم التجريبي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Control Group Versus Experimental Group

الجموعة الضابطة مقابل الجموعة التجريبية

216-Control Group Versus Experimental Group **المجموعة الضابطة مقابل المجموعة التجريبية**

تمثل أحد الأساليب المستخدمة في مجال التقييم وإختبار مدى صحة الفرضيات، وأول من إستخدمها مدرسة الإدارة العلمية "بريادة فريدريك ونسلو تايلور"، ويعتمد على المقارنة . فإذا أردنا معرفة مدى تأثير الإضاءة في إنتاجية العمل مثلاً ، جئنا بمجموعتين من العمال الأولى جعلنا الإضاءة في مكان عملها ممتازة (المجموعة التجريبية) والثانية جعلناها غير جيدة (المجموعة الضابطة). فإذا قارنا إنتاجية المجموعة الأولى التجريبية مع إنتاجية المجموعة الثانية الضابطة ووجدنا أن إنتاجية المجموعة التجريبية أفضل ، قلنا أن للإضاءة الجيدة في مكان العمل أثر إيجابي في إنتاجية العامل .

217-Control of Supply Policy **سياسة تقييد العرض**

تحديد كمية محدودة من السلعة التي ستطرح للمستهلكين في السوق ، والغاية من ذلك رفع سعرها ، حيث سيكون الطلب عليها أكبر من عرضها . ويتم إستخدام هذه السياسة في حالة قلة عدد منتجي السلعة ، أو في ظل الإحتكار .

218- Control of Production Capacity **رقابة الطاقة الإنتاجية**

عملية رقابية تهدف بشكل أساسي إلى التأكد من أن الطاقة الإنتاجية الفعلية المحققة أو المنجزة متطابقة مع الطاقة الإنتاجية المخططة ، وتشتمل عملية الرقابة على ما يلي :

- قياس المخرجات الفعلية التي أنجزت .
- إجراء مقارنة بين المخرجات (كمية الإنتاج المنتجة) مع الكمية المخططة .
- تحديد الإنحرافات وتحديد أسبابها ووضع حلول لها .
- إتخاذ إجراءات تصحيحية إن إقتضت الحاجة لذلك .
- توفير نتائج (تغذية) عكسية عن عملية الرقابة للجهة صاحبة العلاقة .

219-Control Skill — مهارة الرقابة

إحدى الخصائص التي يجب أن تتوفر في القائد الإداري ، وتعني إمكانيته على وضع وتنفيذ معايير وإجراءات رقابية ، يتمكن من خلالها ضبط عمل مرؤوسيه وتوجيههم نحو الهدف المنشود، وإنجازه وفق ما هو مخطط ومرسوم . وهذا يتطلب منه المتابعة وجمع المعلومات عن الأداء ومقارنته مع المعايير، لتحديد الإنحرافات في حالة وجودها ، وأن يمتلك القدرة على التعامل مع هذه الإنحرافات بكفاءة وفاعلية .

220-Control System — النظام الرقابي

يتكون أي نظام رقابي من العناصر الأساسية التالية :

- الهدف : ينحصر الهدف الأساسي لأية عملية رقابية أو أي نظام رقابي ، في قياس وتقييم الإنجاز الحالي ومقارنته مع ما هو مخطط ومرسوم ، للتأكد من أن سير العمل يتم وفق المطلوب .
- المعايير: المعيار هو كمية أو نوعية (أو الاثنين معاً) العمل المطلوب إنجازه من فرد واحد ، أو من مجموعة عمل ، أو من المنظمة ككل في زمن محدد ، وفي ضوء تكلفة محددة وزمن محدد أيضاً . ويعد المعيار بالنسبة للرقابة بمثابة الشريان الحيوي لها ، فهو يوضح ما هو مطلوب إنجازه والتقيد به ، وفي الوقت نفسه يكشف الإنحرافات الموجودة في التنفيذ عن طريق مقارنة الإنجاز الفعلي به .
- الأدوات : هناك أدوات رقابية متعددة ومتنوعة يتوقف إختيار إحداها في ضوء طبيعة الرقابة ومجالها .
- نوع الرقابة : لابد من إختيار نوع الرقابة المناسبة (وقائية ، مرحلية ، بعدية ، إيجابية...الخ) ، والإختيار يكون حسب طبيعة المجال الذي ستتم رقابته وطبيعة العمل في المنظمة .
- الإتصال : توفير نظام إتصال سريع لنقل المعلومات والتقييم ومعالجة الإنحرافات .
- تحديد الجهة صاحبة السلطة في معالجة الإنحراف .

221-Convenience Goods — سلع ميسرة

نوع من السلع يحتاجها المستهلك بشكل متكرر وسريع ويسميها بعضهم بسلع كل يوم ، حيث يشتريها باستمرار، لذلك يرغب في أن تكون قريبة منه وفي متناول يده ويمكنه شراءها بسهولة وسرعة . هامش ربح هذا النوع من السلع قليل وسعرها أيضاً ، ولا يحتاج المستهلك إلى تفكيركبير من أجل شرائها ، وتستخدم من قبل كافة الطبقات الإجتماعية ، وجزء كبير منها سريع التلف ، وتحتاج إلى كثافة إعلانية لتسويقها ، وتحتاج أيضاً إلى توزيع كبير وسريع وواسع ، ومن أمثلة هذه السلع : السلع الغذائية ، المنظفات على إختلاف أنواعها ، معجون الأسنان ...الخ .

222-Conventional Job Analysis — أسلوب تحليل العمل التقليدي

أحد الأساليب المستخدمة في مجال تحليل العمل في المنظمات ، الذي يعتمد على إستخدام إستبانة أو قائمة إستقصاء لجمع معلومات عن الوظائف المراد تحليلها ، وتتم عملية الجمع للمعلومات عن طريق إجراء مقابلة شخصية مع شاغلي الوظائف ورؤسائهم المباشرين . ففي ضوء هذه المعلومات يمكن تحديد ماهية الوظائف ، التي على أساسها تتحدد مهامها ومسؤولياتها ومواصفات شاغليها . ويتصف هذا الأسلوب بدقته وواقعيته ، لكن يستغرق وقتاً طويلاً وتكلفته عالية .

223-Conventional Mortgage Loan — القرض التقليدي برهن

هو الذي يطلب المصرف المانح للقرض من المقترض دفع الفوائد وإعادة قيمة القرض على أقساط متساوية ، وذلك على إمتداد فترة زمنية متفق عليها تسمى بفترة الإستحقاق .

224-Convertable Bonds — سندات قابلة للتحويل

تُصدر هذه السندات عادة الشركات المساهمة العامة بقيمة إسمية وسعر فائدة وبتاريخ إستحقاق محددين ، وتطرحها للإكتتاب العام شأنها شأن باقي أنواع السندات . إلا أنها تختلف عنها ، أنها قابلة للتحويل إلى أسهم ، أي أن الدائن مالك السندات بإمكانة تحويل سنداته إلى أسهم بنفس قيمتها وذلك في الشركة التي أصدرتها .

225-Cooperatives Organizations — المنظمات التعاونية

ويسمونها بالجمعيات التعاونية التي يقوم بتأسيها مجموعة من الأشخاص لتقديم خدمة لأنفسهم ولمن ينتسب إليها ، وهي لا تهدف إلى الربح ، ولا تمارس نشاطاً صناعياً بل خدمياً ، كالجمعيات الزراعية، والسكنية ، والتسويقية . إذاً يمكن القول أن التعاونية تتصف بالخصائص التالية:

- يؤسسها أشخاص هم المنتفعون منها .
- لاتهدف إلى تحقيق الربح .
- تعمل في المجال الخدمي .
- المالكون أو المؤسسون هم المستفيدون (الزبائن) .

226-Co-Ordination **التنسيق**

هو محور العملية (العمل) الإدارية ويتخللها ، فالنجاح لن يكتب للتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة في غياب شمس التنسيق عنها ، فهو يعمل على إحداث التناغم بين عمل الوحدات الإدارية داخل المنظمة ، وبين المهام التي يمارسها الأفراد ، ويمنع وجود الإحتكاك ، والتداخل ، والتضارب، والإزدواجية في العمل، فهو بمثابة الزيت للآلة التي يجعل تروسها ومسنناها تعمل بسهولة . ويتطلب تحقيق التنسيق ما يلي :

- الإتصال الفعال بكافة أنواعه وإتجاهاته ووسائله .
- السلطة الكافية للتوجيه السليم .
- القيادة الإدارية .
- وضوح الأدوار على كافة المستويات .
- فهم العلاقات التي تربط الوحدات الإدارية بعضها ببعض والعاملين أيضاً .
- وجود التحفيز الفعال .

ويمكن القول بأن نجاح الإدارة يعتمد بشكل أساسي على التنسيق .

227- Coownership **الملكية المشتركة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Copartnership

228-Copartnership **الملكية المشتركة**

إستراتيجية يُعطى بموجبها العاملين فرصة للمساهمة في رأس مال المنظمة التي يعملون فيها ، والحصول على أرباح ناشئة عن ملكيتهم لجزء من أسهمها ، حتى أن بعضاً منها يوزع أسهماً من ملكيتها على العاملين لديها بدلاً من أن توزع عليهم أرباحاً في نهاية العام .

229-Coping Job Stress **تطويق(التعامل مع)ضغط العمل**

يقصد بالتطويق هنا معالجة ضغوط العمل وذلك بإتباع ما يلي :

- تجزئة العمل وتحليل جزئياته ، لمعرفة كيف يؤدى ، وما هي الظروف المحيطة به .
- تحديد المصادر التي ينتج عنها ضغط العمل .
- تحديد نوع ضغط العمل .
- تحديد مسببات ضغط العمل .
- وضع الحلول المناسبة لمعالجة ضغط العمل .

في ضوء ما سبق يتم إقتراح السبل الكفيلة للقضاء على الضغط أو الحد منه .

230-Core of Work Time **فترة ذروة العمل الرسمي**

تعني وجود ضغط عمل كبير خلال فترة زمنية محددة من ساعات العمل الرسمية اليومية ، التي يستوجب معها عدم غياب أي فرد يعمل في المنظمة خلالها ، وحشد الإمكانات اللازمة لإنجاز العمل خلال هذه الفترة ، كي لا يحدث إختناقاً وعدم إنجازه العمل في الوقت المطلوب .

231-Core Workers **العمال الأساسيون**

هم فئة من العمال الدائمين المتفرغين للعمل في المنظمة بكامل ساعات العمل اليومي فيها ، حيث يعتبروا النواة الأساسية التي تتشكل منها قوة العمل فيها ، ويمارسون عادة أعمالاً هامة وحساسة وصعبة ، ويحصلون على تدريب جيد ومستمر ويتقاضون تعويضات عالية ، ولهم مسار يحدد مستقبلهم وتدرجهم الوظيفي خلال حياتهم الوظيفية في المنظمة ، ويشاركون في صنع القرارات ، وعلاقتهم مع المنظمة جيدة عادة .

232-Corporate-Level Strategy **مستوى إستراتيجية المنظمة العامة**

يمثل هذا المستوى المستوى الأول في هيراركية (تدرج) إستراتيجية المنظمة الشاملة لكل نشاطها ، حيث تتكون هذه الهيراركية (هرمية) من ثلاث مستويات ، المستوى الثاني هو إستراتيجية الوحدات ، والمستوى الثالث إستراتيجية الوظائف . وعليه فهذا المستوى وهو الأول (إستراتيجية المنظمة العامة) يرسم الأداء الكلي للمنظمة في سبيل تحقيق أهدافها في المدى البعيد ، وفي ضوئه توضع إستراتيجية المستوى الثاني والثالث .

233-Corporate Strategy **إستراتيجية المنظمة العامة**

تشمل إستراتيجية المنظمة العامة كل نشاطات وأعمال المنظمة في كافة مجالات إستثماراتها ، وبالتالي فهي دليل يوضح مجالات الأعمال والإستثمار التي ستدخلها ، بحيث تحقق التكامل بينها ، ولتشكل منها محفظة إستثمارية في عدة مجالات أعمال ، لتحقيق أكبر عائد ممكن . وتطرح هذه الإستراتيجية الأسئلة التالية وتجيب عنها :

1. ما هي الصناعات (مجالات الإستثمار) التي ستعمل فيها ؟
2. كيف سيتم تحقيق الربح في هذه المجالات ؟
3. كيف تحقق أكبر عائد من تشكيلة الأعمال التي ستدخلها وتستثمر فيها أموالها ؟
4. ما هي الأعمال التي سوف تخرج منها ؟
5. ماهي المجالات التي سَيُدْخَلْ عليها تعديلات ؟

234-Corrective Control **الرقابة التصحيحية**

ويسميها بعضهم بالرقابة العلاجية ، وهي لا تكتفي بإكتشاف الخطأ أو الإنحراف السلبي ، بل تعمل على تحديد مصدره ، وأسبابه ، وإقتراح الحل أو العلاج المناسب له .

235-Corrective Maintenance **صيانة علاجية**

هي التي تقوم بفحص الآلات والمعدات والبناء ...الخ ، من أجل إكتشاف الأعطال الموجـودة فيهـا ، للعمل على إصلاحها . يفهم من ذلك أن هذا النوع من الصيانة لا يتم إلا بعد حدوث العطل .

236-Correspondence **المراسلات**

مصطلح شائع إستخدمه في مجال السكرتارية والمحفوظات ، ويعبر عن بريد العمل أو المنظمة الصادر منها والوارد إليها ، كما يعبر عن تداول المذكرات الإدارية داخل المنظمة ووحداتها الإدارية .

237-Correspondent Bank **مصرف مراسل**

مصرف يقوم بتأدية خدمات مصرفية لمصرف آخر في بلد أو مكان آخر.

238-Cost and Freight **السعر في ميناء الوصول**

إحدى طرق بيع وتسعير البضائع ، بموجبها يحدد البائع سعر بضاعته في ضوء تكلفة وصولها للميناء المتفق عليه مع المشتري الذي سيستلم البضاعة فيه . ويشتمل السعر عادة على قيمة البضاعة مضافاً إليها تكلفـة الشحن دون التأمين .

239-Cost /Benefit Analysis **تحليل التكلفة والعائد**

تحليل على شكل دراسة تُستخدم كوسيلة في مجال صنع القرارات ، بموجبه تتم المقارنة بين تكلفة الفرصة المراد إستثمارها مع العائد المتوقع منها ، فإذا كان العائد أكبر من التكلفة معنى ذلك بأن هناك جدوى من إستثمارها ، والعكس صحيح ، ولا شك بأنه كلما زاد العائد على التكلفة زادت الرغبة في الإسـتثمار . وتعني التكلفة كافة الأموال المطلوبة من أجل إستثمار الفرصة مضافاً إليها تكلفة الفرصة الضـائعة . أمـا العائد فينقسم إلى قسمين : الأول العائد المالي الملموس وهو الأرباح ، والثاني العائد غير الملمـوس مثـل المعرفة والخبرة المستفادة من إستثمار الفرصة .

240-Cost Insurance and Freight(C.I.F) **السعر في ميناء الوصول (تكلفة +الشحن+التأمين)**

إحدى طرق بيع وتسعير البضائع ، بموجبها يحدد البائع سعر بضاعته في ضوء تكلفة وصـولها للميناء المتفق عليه مع المشتري ، الذي سيستلم البضاعة فيه . ويشتمل السعر هنا على قيمة البضاعة مضافاً إليهـا تكلفة الشحن والتأمين .

241-Cost Leadership Strategy **إستراتيجية قيادة التكلفة**

إحدى الإستراتيجيات المستخدمة في مجال الإدارة الإستراتيجية ، بموجبها تسعى المنظمة التي تطبقها إلى تحقيق أعلى كفاءة إنتاجية ، أي تحقيق أعلى قدر من المخرجات بأقل مستوى من المدخلات ، للوصول إلى أدنى تكلفة ممكنة للمنتج أو الخدمة ، وبالتالي يمكنها طرحهما في السوق بسعر تنافسي لا يمكن أن تبيع به أية منظمة منافسة لها . وتستخدم هذه الإستراتيجية بشكل خاص في المنظمات التي تعتبر مسالة الجودة في منتجها ليست مسألة حاسمة ، فالكمية تأتي بالدرجة الأولى . في ظل ذلك نجد أن أساس تنفيذ هذه الإستراتيجية هو تخفيض التكاليف غير المباشرة والإدارية بشكل عام ، والتكلفة الثابتة بشكل خاص من خلال الإنتاج الكبير، الذي يجعل نصيب الوحدة المنتجة من التكلفة أقل ما يمكن . وقد لجأت بعض المنظمات إلى فتح فروع لها في بلدان تكلفة اليد العاملة والضرائب فيها قليلة للوصول إلى أدنى تكلفة ممكنة.

242-Cost of Capital — تكلفة رأس المال

هي ما تتحمله المنشأة من أعباء مالية في سبيل توفير الأموال اللازمة للإستثمار .

243-Cost of Living — تكلفة المعيشة

رقم مالي يدل على متوسط قيم أو أسعار السلع الإستهلاكية المعيشية في فترة زمنية محددة وفي منطقة جغرافية معينة . وتكمن فائدة حسابه في مقارنة هذا المتوسط مع الأعوام السابقة ، من أجل قياس وتحديد نسبة التضخم ، وإرتفاع الأسعار ، وتُراجع القوة الشرائية للوحدة النقدية الأساسية، وهذا يفيد كثيراً في تحديد الرواتب والأجور .

244-Cost-of-Living Allowance — زيادة تكلفة المعيشة على الراتب

زيادة على الراتب على شكل نسبة مئوية تفرضها (وقد تكون طوعية أحياناً) قوانين العمل في بعض الدول الأوروبية والولايات المتحدة ، تدفعها المنظمات الحكومية والخاصة فيها للعاملين لديها ، بما يعادل نسبة التضخم وغلاء المعيشة التي حدثت في البلد ، حيث تمنح هذه الزيادة لهم بشكل تلقائي في نهاية كل سنة ، إذا حدثت إرتفاع في تكلفة المعيشة . والغاية من هذه الزيادة ، هي المحافظة على القوة الشرائية للرواتب والأجور .

245-Cost of Opportunity — تكلفة الفرصة الاستثمارية

تشتمل هذه التكلفة على تكلفتين : التكلفة الأولى وتمثل ما تحتاجه الفرصة من أموال من أجل إخراجها إلى الواقع وإستثمارها، والفرصة قد تكون منتج جديد ، أو وسيلة لحل مشكلة ، أو تطوير منتج ليقدم منفعة أكبر للزبون...الخ . التكلفة الثانية هي تكلفة الفرصة الضائعة ، فإذا كان إستثمار الفرصة قد فوت على المنظمة عائد إستثمار فرصة أخرى ، في هذه الحالة يحسب هذا العائد الضائع ضمن تكلفة الفرصة المراد إستثمارها .

246-Cost of Product Design **تكلفة تصميم المنتج**

تمثل التكاليف التي تتحملها المنظمة في تصميم مواصفات المنتج ومستوى جودتـه ، حيـث كلمـا زاد مستوى الإتقان والدقة في التصميم ، زادت تكلفته ونتج عنه زيادة في سعر مبيعه في السـوق . ويتحـدد مستوى الدقة والجودة في تصميم المنتج في ضوء إعتبارات متعددة أهمها : في ما إذا كان المنتج يطـرح في السوق لأول مرة ، مستوى جودة المنتجات المنافسة ، إمكانات المنظمة الفنية ، إمكانات المنظمة الماليـة ، المهارات البشرية المتوفرة...الخ .

247-Cost-Plus Pricing Method **أسلوب التكلفة في تسعير المنتج**

يشير هذا الأسلوب إلى إضافة نسبة مئوية على تكلفة السلعة (أو الخدمة) لتحديد سعر بيعها ، حيث تمثل هذه الإضافة الربح الذي يراد تحقيقه من وراء بيع السلعة .

248-Cost Volume Profit Analysis **تحليل التكلفة والحجم والربح**

أنظر تفصيلاً في المصطلح المرادف وهو نقطة تحليل التعادل:

Break – Even Point

249-Costs Effectivenss **فاعلية التكاليف**

مدى الفائدة والنفع (المادي والمعنوي) المتحققان من بنود التكلفة أو الإنفاق في مجال عمل معين .

250-Cottage Industries **الصناعات المنزلية الصغيرة**

ورش عمل صغيرة تعمل داخل المنازل وتنتج سلعاً خفيفة ومتنوعة ، وقوة العمل فيها (العمال) هم مـن أفراد العائلة الواحدة الذين يعيشون في المنزل نفسه عادة .

251-Counter Check **شيك النافذة (الشباك)**

ويسميه بعضهم بشيك الحاجز ، وهو شيك غير قابل للتحويل، يستعمله عميل المصرف للسـحب مـن حسابه المفتوح لدى المصرف ، وذلك في حالة عدم وجود دفتر شيكات بحوزته .

252-Counterfeit Money **النقود المزيفة**

ويسميها بعضهم بالنقود المزورة ، وهي العملة الورقية أو المعدنية المقلدة .

253-Counter Trade **تجارة المقايضة**

إتفاق للتبادل التجاري يتم بين دولتين ، بموجبه تقوم إحداهما باستيراد سلعة من الثانية ، لكن بدلاً من أن تدفع قيمتها بالنقود ، تقوم بتصدير سلعة عوضاً عنها بنفس القيمة .

254-Country Club Leader **القائد الإجتماعي أو الإنساني (رئيس نادي)**

هو أحد أنماط القيادة الإدارية التي حددها كل من " بلاك وموتون" في نظريتهما " الشبكة الإدارية" حيث يحتل هذا النمط القيادي الموقع (9.1) ، الذي من خلاله يركز القائد كل إهتمامه على مرؤوسيه ومشاعرهم والعلاقات الإجتماعية ولا يعطي إهتماماً للعمل أو الإنتاج .

255-Country of Destination **بلد الوصول أو المقصد**

مصطلح يستخدم في مجال الإستيراد والتصدير ، ويعبر عن الجهة التي تقصدها البضاعة أو التي سيتم شحنها إليها ، حيث يتحدد هذا المكان بالإتفاق بين البائع والمشتري .

256-Country of Origin **بلد المنشأ**

هو المصدر أو المكان الذي أُنتجت فيه البضاعة المتعاقد عليها ، والتي يراد تصديرها منه ، حيث تشترط غالبية البلدان على المستوردين فيها ، أن يحصلوا على شهادة منشأ البضاعة من البلد الذي سيستوردون منه بضاعتهم أو التي إشتروها منه .

257-Coupon Bonds **سندات الكوبونات**

قسيمة مرفقة بالسند ، تدفع بموجبها فوائده وبشكل دوري .

258-Craft Union **نقابة حرفية**

نقابة متخصصة تضم عمالاً منتسبين إليها ويمارسون حرفة معينة النجارة ، الحدادة ، صياغة الجوهرات ..الخ . فالعامل الذي يود الإنتساب إلى النقابة الحرفية ، يتوجب أن يكون ممارسا لحرفة النقابة ولديه المهارة اللازمة لممارستها .

259-Creation **الخلق (الإبداع)**

إيجاد شيء جديد لأول مرة ، له معنى وفائدة ، ويكون بأحد الأشكال التالية :

- الإبتكار وهو الإتيان بشيء جديد لم يسبق لأحد أن جاء بمثله من قبل .
- ربط الأمور مع بعضها أو المعلومات وتحليلها ووضعها في قالب متكامل جديد ومفيد .
- نقل الأفكار الناجحة وإضافة شيئاً جديداً عليها للوصول إلى شيء جديد ونافع .

260-Creative Ability **القدرة على الخلق (الإبداع)**

قدرة الفرد على تشغيل المعلومات ذهنياً والتفكير العميق وبشكل صحيح ، والغوص في مضمون المشكلة أو الموضوع ، وإستخلاص النتائج ، حيث تحتاج جميعها إلى وجود سعة الأفق والذكاء العالي لديه ، مما يمكنه من اختراع وإبتكار الأشياء الجديدة .

261-Creative Ability Test **إختبار القدرة على الخلق (الإبداع)**

ويسميه بعضهم إختبار الإبتكار ويهدف إلى إكتشاف المقدرة الذهنية لدى الإنسان على الإبداع وإيجاد أشياء جديدة ، وبالتالي يسعى إلى كشف القدرة على التفكير العميق ، والرؤية الشاملة ، والغوص في مضمون المشاكل والمواضيع والإلمام بها ، وإكتشاف حلول وأفكار أو أشياء جديدة لم يصل إليها أحد من قبل . ويستخدم هذا الإختبار في إختيار الباحثين ، للعمل في مراكز البحوث العلمية ، والعاملين في مجال التصميم الهندسي ، والإعلان وما شابه ذلك .

262-Creative Destruction — التدمير الخلاق

إستراتيجية تتبعها المنظمات على إختلاف أنواعها وأحجامها، بموجبها تقوم المنظمة وعلى الدوام بتقييم نتائج أدائها والأرباح التي تحققها ووضعها التنافسي في السوق ، فإذا وجدت أن وضعها المادي لا يُمكنها من الإستمرار في نشاطها بسبب عدم قدرتها على المنافسة وعدم تحقيقها عائداً وأنها تحقق خسائر، إذاً لا بد لها في هذه الحالة من أن تغير نشاطها كلياً والبحث عن نشاط آخر يحقق لها العائد المطلوب . وهذه الإستراتيجية لا تطبق على نشاط المنظمة ككل فحسب ، بل يمكن تطبيقها على أية فعالية لديها . فإذا رأت مثلاً أن هيكلها التنظيمي الحالي لم يعد مناسباً ويعيق العمل فيها، يكون في هذه الحالة ضرورياً إلغاءه وتصميم هيكل جديد عوضاً عنه ، كذلك إذا رأت أن أحد منتجاتها لم يعد قادراً على المنافسة ، تقوم بإيقاف إنتاجه وإنتاج منتج آخر جديد .

263-Creative Group — المجموعة الخلاقة

أسلوب عام يُستخدم للوصول إلى أفكار جديدة مبدعة ، حيث يُنتقى عدد من الأفراد المختصين في مجال معين ومن مستوى تعليمي وثقافي جيد ولديهم خبرة وإلمام فيه ، ويطلب منهم تقديم حل مبتكر لمشكلة ما، أو فكرة جديدة لتطوير منتج ما ..الخ . ففي مجال بحوث التسويق مثلاً يمكن أن يُنتقى عدد من الزبائن المتميزين ويطلب منهم أن يفكروا ويقدموا أفكاراً جديدة مبتكرة (ليس بالضرورة دائماً) من أجل إشباع حاجاتهم بشكل أفضل .

264-Creative Thinking — التفكير الخلاق أو المبدع

هو الذي يقوم على دراسة الموضوع أو المشكلة من كافة جوانبها ، ويستخدم التصور ، والتأمل، والإفتراض ، والتدبر، للوصول إلى فكرة جديدة ، أو إبتكار شيء جديد غير تقليدي . ويتميز التفكير الخلاق بقدرته على التوصل إلى حلول لمشاكل لا تتوفر عنها حقائق كافية .

265-Credit Balance — رصيد الإعتماد المستندي

إنظر المعنى في المصلح المرادف:

Unutilized Credit Balance

رصيد الإعتماد غير المستخدم

266-Credit Card **بطاقة إئتمان**

خدمة مصرفية تقدمها المصارف لعملائها ، وهي بطاقة صغيرة مصنوعة من البلاستيك تُعطى للعميل ، بموجبها يُمنح الحق في شراء بعض السلع والخدمات من بعض المحلات التي إرتضت التعامل بنظام البطاقة مع المصرف . فعند الشراء يبرز العميل البطاقة للمتجر ويقوم بملء نموذج معين يوضح فيه قيمة البضاعة أو الخدمة ، ورقم البطاقة ، وإسم المصرف ، ويوقع على النموذج كمستند شراء . وغالباً ما تعطي البطاقة لحاملها حق الشراء بحدود مبلغ معين في المرة الواحدة . ويقوم المتجر بتسليم النموذج إلى أقرب فرع للمصرف الذي أصدر البطاقة الإئتمانية ، ليقوم بقيدها على العميل ودفع القيمة للبائع .

267-Credit Department **إدارة إئتمان**

ويسميها بعضهم بإدارة التسليف ، وهي إدارة متخصصة موجودة في المصارف ، مهمتها دراسة طلبات القروض والبت فيها ، ضمن الصلاحيات المخولة لها من الناحية الفنية ، وفي ضوء المستندات والوثائق المقدمة من قبل طالبي القروض والمعلومات المتوفرة عنهم لدى المصرف .

268-Credit Expiry **مدة سريان الإعتماد**

هي المدة الزمنية التي يكون خلالها الإعتماد المستندي ساري المفعول أي قابل للإستعمال ، حيث بإنقضاء هذه المدة ينتهي هذا السريان .

269-Credit Extension Lettre **خطاب تمديد إعتماد**

خطاب صادر عن مصرف (بتوجيه من فاتح الإعتماد) ، موجه إلى بائع البضاعة يعلمه بتمديد فترة الإعتماد المستندي .

270-Credit Facilities **التسهيلات الإئتمانية**

هي مبالغ مالية يخصصها المصرف من أجل تمويل بعض العمليات الخاصة بالعملاء ، سواء أكانوا أشخاصاً طبيعيين أو إعتباريين . وتأخذ هذه التسهيلات أشكالاً عدة ، بعضها نقدياً كالقروض ، والسلف ، وخصم الكمبيالات ، وبعضها الآخر غير نقدي كفتح الإعتمادات المستندية ، ومنح خطابات الضمان .

271-Credit Information Department **إدارة الإستعلامات الإئتمانية**

إدارة متخصصة موجودة في المصارف مهمتها ، جمع المعلومات المختلفة عن العملاء (سمعتهم ، تعاملاتهم مع الغير ، ملاءتهم المالية...الخ) بغرض منحهم الإئتمان .

272-Credit Insurance **تأمين المديونية**

إحدى العروض التي تقدمها شركات التأمين للمنشآت الصناعية والتجارية ،التي تتيح بموجبها التأمين على حساباتها المدنية .

273-Credit Risks **مخاطر الإئتمان**

يقصد بها إحتمال عدم تحصيل الأموال التي تم إقراضها من قبل المصارف ، أو المنتجين ، أو تجار الجملة ، أو تجار التجزئة ...الخ للغير (على شكل نقد ، أوقيمة بضاعة) ، وذلك من قبل المقترضين .

274-Crisis Management System **نظام إدارة الأزمات**

نظام يعمل وفق آلية يتضمن المراحل التالية :

- الإنذار المبكر: مقدمات أو مؤشرات تنبئ باحتمال حدوث أزمة وبالتالي فهذه المؤشرات هي بمثابة أعراض المفروض رصدها وتعقبها وتحليلها .
- الإستعداد والوقاية : السعي بالإمكانات المادية والبشرية المتاحة لمنع وقوع الأزمة عن طريق نظم وخطط وإجراءات ..الخ .
- إحتواء الأزمة : في حالة وقوع الأزمة ، يتوجب العمل على حشد الإمكانات لمنع تفاقم الأزمة واتساع دائرة تأثيرها وأضرارها .
- إستعادة النشاط : تطبيق الحلول ومتابعتها .
- التعلم : الإستفادة من التجربة لتجنب حدوث أزمة مثلها أو تشبهها مستقبلاً .

275-Critical Environmental Variables **المتغيرات البيئية الحرجة**

عوامل بيئية خارجية تحيط بالمنظمة ذات تأثير كبير وفعال في إستراتيجيتها ونشاطها ، وتوجد صعوبة في التنبؤ باتجاهاتها المستقبلية ، وتلعب دوراً هاماً في نجاحها وبقائها كالمتغير القانوني،بجانب الإقتصادي ...الخ .

276-Critical-Incident Method **أسلوب الوقائع الحرجة**

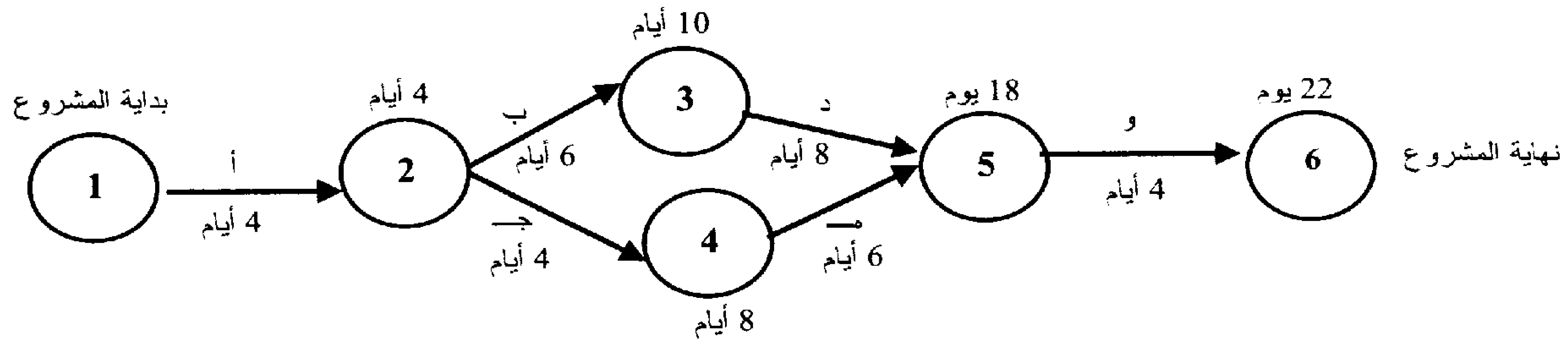
أسلوب يستخدم في مجال عمليات التقييم بوجه عام وفي تقييم أداء العاملين بشكل خاص، يُحدد بموجبه نوعين من الوقائع أو الأحداث أو السلوكات التي هي بمثابة معايير للتقييم ، النوع الأول ويصف الأداء والسلوك الجيدين والثاني الأداء والسلوك غير الجيدين (إذا كنا نقييم شيئاً غير أداء الموارد البشرية تحدد ميزات ومساوئ) ، ويُحدد لكل واقعة أو حدث وزناً أو قيمة حسب مدى أهميته أو أهميتها للشيء الذي نقيمه ، وهذه الأوزان تبقى سرية لا يعرفها المقيم لضمان الموضوعية في التقييم . ويطلب من المقيم أن يراقب أداء من يقيمه ويسجل أي من الأحداث أو الوقائع تحدث لديه (في حالة تقييم غير الأداء البشري تدرس المزايا والعيوب ويتم تحديد أيا منها موجود في الشيء الذي يجري تقييمه) . وفي ضوء تحديد المقيم للوقائع والأحداث يتم حساب نتيجة التقييم . وتجدر الإشارة إلى أن الأحداث الإيجابية يكون وزنها إيجابياً في حين يكون سلبياً للوقائع غير الحسنة ، والتفاضل بينها يمثل نتيجة التقييم .

277-Critical Incident Test **إختبار الوقائع (الأحداث) الحرجة**

أحد الإختبارات المستخدمة في إختبار الموارد البشرية للتعيين في المنظمات ، وهو عبارة عن موقف حساس حرج يوضع فيه طالب التوظف الذي يجري إختباره ، لمعرفة ما الذي سيفعله ويتصرف به حيال هذا الموقف. ثم بعد ذلك يقيم هذا التصرف لتحديد مدى نجاحه في معالجته ، وفي ضوئه يمكن معرفة مدى أهليته للتعيين في الوظيفة المتقدم لها. وتُحدد طبيعة المواقف من خلال تحليل ووصف الوظيفة .

278-Critical Path Method (CPM) أسلوب المسار الحرج

أسلوب يستخدم في مجال صنع القرارات ضمن ما يسمى بطريقة "بيرت" وشبكات الأعمال، وهو تطوير وإمتداد لمخططات "جانت" في مجال مراقبة الإنتاج . ويهدف إلى مراقبة تنفيذ مشروع معين يتكون تنفيذه من عدة أنشطة أو مراحل أو عمليات مختلفة الأزمنة ، التي يجب تنفيذها بتتابع زمني معين لتنتهي جميعها في زمن مطلوب ومحدد . والمسار الحرج هو النشاط الذي يستغرق تنفيذه زمناً أطول من النشاطات الأخرى، حيث يستوجب الأمر مراقبته بشكل مستمر، لأن أي تأخير فيه سيؤدي إلى تعطيل باقي الأنشطة التي تنتظر إنتهاءه وبالتالي تعطيل المشروع بكامله . وفي ما يلي شكل يوضح المسار الحرج وهذا الشكل يدعى بشبكة بيرت :



ترمز الدائرة إلى مرحلة ، وإشارة السهم إلى نشاط ، وعليه فالمسار الحرج هنا هو أ ، ب ، د ، و ويستغرق 22 يوم .

279-Critical Points Control رقابة النقاط الحرجة

يقوم مفهوم هذا النوع من الرقابة على مبدأ تقسيم مجالات العمل إلى قسمين : الأول مجالات عمل هامة وحساسة يجب متابعتها بشكل مستمر ومراقبتها بشكل دقيق وإعطائها الإهتمام الكافي نظراً لحساسيتها. والثاني مجالات عمل روتينية متكررة ، التي لا تحتاج إلى متابعة مستمرة ومراقبة دقيقة ، بسبب طابع تكراريتها . فبهذا التقسيم أو بهذا الأسلوب الرقابي ، يكون هناك متسع من الوقت من أجل التركيز على مجالات العمل الهامة والحساسة التي أسماها هذا الأسلوب الرقابي بنقاط الرقابة الحرجة .

280-Critical Question Error خطأ الأسئلة المحرجة أو الحرجة

يقع هذا الخطأ في تنفيذ المقابلات أو اللقاءات من أجل جمع معلومات عن الأشخاص الذين تجري مقابلتهم (خاصة مقابلات الإختيار والتعيين) وتقييمهم ، فطرح أسئلة محرجة أوحساسة على الشخص

الذي تتم مقابلته ، ستربكه وتشوش أفكاره ، وهذا يؤثر سلباً في مقدرته على إعطاء المعلومات المطلوبة عنه التي تساعد في عملية تقييمه .

281-Critical Standard **المعيار الحرج**

هو ذلك الحد أو المستوى من العمل الذي يجب تحقيقه أو إنجازه ، أو عدم تخطيه نظراً لحساسيته وإنعكاسه السلبي الكبير ، كأن نقول مثلاً لا يجوز تجاوز عدد السلع المعيبة في كمية إنتاج كذا عن3% وإلا سينعكس أثر ذلك سلباً على سمعة جودة السلعة في السوق ، الذي يسوده منافسة شديدة بين المنتجين.

282-Critical Strategic Factors **العوامل الإستراتيجية الحرجة**

هي الجوانب أو الأمور الهامة والدقيقة التي تحدد نجاح أو فشل الإستراتيجية ، وهي التي يجب أن توليها الإستراتيجية الإهتمام الكبير والكافي ، ذلك لأنه إذا أُحسن التعامل معها بشكل جيد حققت المنظمة النجاح ، وإذا لم تتمكن من ذلك سيكون الفشل مؤكداً .

283-Cross -Functional **التقاطع الوظيفي**

يقصد بالتقاطع هنا الإعتمادية والتكامل ، وهو صفة أُطلقت على غط تنظيم العمل في المنظمة المعاصرة ، التي ترى أن المنشأة هي فريق عمل كبير يتكون من فرق عمل منتشرة في كافة المستويات التنظيمية ، التي لا تعمل باستقلالية أو بشكل مستقل ، بل تعمل بشكل متعاون ومنسق مع بعضها ، حيث يسودها التكامل بين مهامها والإعتمادية المتبادلة فيما بينها في سبيل تحقيق أهداف المنشأة ، ويضمها هيكل تنظيمي منبسط تتداخل فيه تقسيماته الإدارية . هذا التقاطع مطلوب أيضاً على مستوى أعضاء الفريق الواحد الذي يجب أن تتصف وظائف أفراده بالتبادلية والتكامل وإعتماد بعضها على بعض .

284-Cross Rate **سعر الصرف المشتق**

يستخدم هذا المصطلح في مجال الأعمال المصرفية ، ويشير إلى سعر الصرف بين عمليتين مشتقاً من سعر صرف كل منهما بعملة نقدية ثالثة . مثال على ذلك سعر الفرنك السويسري مقابل سعر الجنيه الاسترليني مقوماً بسعر الدولار الأمريكي .

285-Cross Reference **إحالة المراسلات**

توجيه بريد العمل في المنظمة إلى الجهات المعنية أو صاحبة العلاقة ، لتنفيذ التوجيهات المدونة عليه من قبل المعنيين أو أصحاب السلطة فيها، من أجل تنفيذها أو إستكمال باقي إجراءات العمل .

286-Crossed Check **الشيك المسطر**

التسطير هنا عبارة عن خطين متوازيين على وجه الشيك ، حيث لا يدفع المصرف قيمته إلا لمالكه الحقيقي ، وهذه حماية لصاحب الشيك في حالة سرقته أو ضياعه . والشيك المسطر لايُسمح لصاحبه أن يقبض قيمته نقداً ، إنما يسجل في حسابه الجاري .

287-Culture of Power ثقافة القوة

هي إحدى أنواع الثقافات التنظيمية التي غالباً ما تتواجد في المنظمات التي حققت نموها ونجاحها في إطار شخص قوي متسلط . فهيكل المنظمة هنا يشبه نسيج العنكبوت ، حيث يقع العنكبوت في منتصف أو في مركز الشبكة ، فالرقابة والطاعة في ظل هذه الثقافة من الأمور الهامة التي تحظى بتقدير عالي . وفي ظلها أيضاً نجد أن السلطة المركزية تميل إلى العمل من خلال قرارات معدة بشكل مسبق للتعامل مع مواقف وظروف معينة ، وليس من خلال فرض قواعد ولوائح ثابتة . لقد أثبتت هذه الثقافة نجاحاً في المنظمات الصغيرة والمتوسطة الحجم ، شريطة أن ينظر العنكبوت (المدير العام) إلى المنظمة وكأنها فريق عمل يشاركه في رؤيته .

288-Cumulative Quantity Discount خصم الكمية التراكمي

خصم يمنحه البائع للمشتري إذا بلغت مجموع مشترياته على دفعات أو مرات كمية معينة ، في حين أن خصم الكمية العادي يمنح على طلبية الشراء الواحدة إذا بلغت كمية معينة يحددها البائع ، حيث يسمى الخصم في هذه الحالة Non-Cumulative الخصم غير التراكمي .

289-Cumulative Responsibility المسؤولية التراكمية

يشير معنى هذا المصطلح إلى ما يلي: إن وظيفة أي مدير أو رئيس في أي مستوى إداري ، لا تقتصر على تنفيذه للمهام الملقاة على عاتقه فحسب ، بل تشتمل مسؤوليته عن مرؤوسيه ، ومسؤوليته تجاه رئيسه المباشر الأعلى ، ومسؤولية تنسيق دور الوحدة الإدارية التي يرأسها مع زملائه المديرين أو الرؤوساء الذين هم في نفس المستوى الإداري ، الذي توجد علاقة بين وحدته الإدارية التي يرأسها والوحدات الإدارية التي يرأسونها .

290-Currency Exchange صرف العملات

عمل تقوم به المصارف التجارية بشكل خاص ومكاتب الصيرفة الخاصة ، بموجبه يتم تبديل عملة ما بعملة أخرى ، لقاء عمولة يتقاضاها المصرف أو مكتب الصرافة .

291-Current Account حساب جاري

حساب مصرفي يُفتح باسم العميل ، يُسجل فيه القيود المحاسبية التي تتمثل بها المبالغ الدائنة والمدينة (إيداع وسحب) الناشئة عن معاملات العميل مع المصرف ، بحيث يصبح الرصيد النهائي هو المستحق

للعميل . ولا يُدفع عادة فائدة على هذا الحساب ، لصعوبة عملية إستثمار المبالغ المودعة فيـه ، بسـبب حركة السحب المستمرة منه ، والإيداع المستمر فيه .

292-Current Assets الأصول المتداولة

هي جميع الموجودات لدى المنشأة التي يمكن تحويلها إلى نقدية أوسيولة خلال فترة قصيرة مـن الـزمن لا تتجاوز السنة وأهم عناصرها :

- الرصيد النقدي في الصندوق أو المصارف .
- المدنيون .
- أوراق القبض .
- البضائع (مواد، أجزاء نصف وكاملة التصنيع ، سلع) .
- إيرادات مستحقة خلال السنة .
- أوراق مالية يحتفظ بها على شكل إستثمار قصير الأجل لا يتجاوز السنة .

293-Current Liabilities الخصوم المتداولة

هي الإلتزامات التي تستحق الدفع خلال فترة زمنية قصيرة لا تتجاوز السنة وأهم عناصرها :

- الدائنون .
- أوراق دفع .
- مصروفات مستحقة الدفع خلال مدة قصيرة لا تتجاوز السنة .
- سندات وقروض تستحق الدفع خلال السنة .

294-Current Profit Sharing المشاركة في الأرباح الحالية

أحد أشكال توزيع أرباح المنظمة على العاملين فيها ، بموجبه توزع نسبة الأرباح المقررة عليهم في نهايـة السنة وذلك بعد إحتسابها مباشرة ، ولا تؤجل ولا يحتجز جزءاً منها ليدفع في فتـرة لاحقـة ، فـالتوزيع والدفع يكونا مباشرة بعد إحتسابها .

295-Current Quality Control الرقابة الحالية أو المرحلية على الجودة

هي رقابة على جملة العمليات أو المراحل الإنتاجية أي على جميع مراحل تصنيع المنتج أو تقـديم الخدمـة للزبون ، للتأكد من أن المنتج تحت التصنيع لا ينتقل من عملية إنتاجية أو من مرحلة تصـنيع إلى مرحلـة أخرى ، إلا وفيه شروط الجودة المحددة .

296-Current Ratio نسبة التداول

إحدى النسب المالية التي يستخدمها التحليل المالي ، وتشير إلى قدرة المنظمة (المنشأة) على سداد الإلتزامات المالية المستحقة عليها في مواعيد إستحقاقاتها خلال السنة ، وتقاس عن طريق :

مجموع الأصول المتداولة ، والنسبة المعيارية هي 2 : 1 وتعني أن لكل وحدة نقدية من إلتزامات المتداولة ،
مجموع الخصوم المتداول

يقابلها وحدتين نقديتين من الأصول المتداولة ، فلا يجوز أن تكون النسبة المحسوبة في المنشأة أقل ، لأن هذا يعني ضعف قدرة المنظمة على سداد إلتزاماتها في مواعيدها .

297-Customary Price — السعر المعتاد عليه

هو سعر سلعة أو خدمة لم يتم إضافة زيادة عليه منذ فترة طويلة من الزمن ، فاعتاد عليه الزبون ، وأصبح من الصعوبة بمكان رفعه أو زيادته بسهولة .

298-Customer — زبون

يسميه بعضهم بالعميل ، وهو الشخص أو الشركة ، أو المجموعة التي / الذي يقوم باتخاذ قرار الشراء للسلعة أو الخدمة ، ودفع قيمتها للبائع .

299-Customer Bank-Financial Comparative Statement — البيانات المالية المقارنة الخاصة بعميل المصرف

هي القوائم الخاصة بالإيرادات والمصروفات ، أو الأرباح والخسائر ، أو الميزانية أو أية قوائم مالية أخرى لذات العميل ولعدد من السنوات المتتابعة ، التي تستخدم لأغراض التحليل المالي والمقارنة ، لتحديد مقدار الزيادة أو النقص في بنود هذه القوائم . وتستخدم المصارف هذه القوائم بهدف تحديد القدرة الإئتمانية للعميل وتطور وضعه المالي .

300-Customer Democracy — ديمقراطية الزبون (المستهلك)

مصطلح ظهر حديثاً مع ظهور المنافسة الشديدة في الأسواق ، ويعبر عن تحول ديكتاتورية المنتج في السوق إلى التعامل الديمقراطي مع المستهلك . ويقصد بذلك بأن المنتج منذ من أربعة عقود وأكثر كان يفرض على المستهلك ما يريده ، ويقرر نيابة عنه الجودة والشكل والسعر. لكن مع تزايد عدد المنتجين وتحرير التجارة العالمية ، وظهور الإختراعات الحديثة ، أدى ذلك إلى إغراق الأسواق بالسلع والخدمات وشدة المنافسة بين المنتجين . هذا الوضع أدى إلى تحول دراماتيكي في السوق ، فقد أصبحت المنظمات تتهافت على خدمة الزبون ومعرفة ما الذي يريده ، ودفعت العاملين لديها للمبادرة لمعرفة طلبه وسماع آرائه لتلبية حاجاته ورغباته ومعالجة شكاواه ، والنتيجة كانت تحول من ديكتاتورية المنتج في التعامل مع الزبون إلى ديموقراطية التعامل معه .

301-Cutomer Departmentalization **التقسيم الإداري حسب الزبون**

هو أحد الأسس المستخدمة في مجال التقسيم الإداري لنشاط المنظمة وتصميم هيكلها التنظيمي ، حيث يحدد وحدات إدارية خاصة بكل فئة من الزبائن ، ففي محلات بيع التجزئة لبيع الملابس مثلاً ، يخصص قسم لملابس الأطفال ، وقسم لملابس النساء ، وقسم لملابس الرجال وهكذا .

302-Customer-Driven Government **حكومة تدار من قبل المواطن**

نمط إداري حكومي متطور هدفه ليس جباية الضرائب فقط من أجل تلبية الإنفاق الحكومي على الخدمات العامة وحسب ما ترتئيه هي ، بل حسب ما يريده المواطنون ، والسعي لإقامة مشاريع إستثمارية تحقق الدخل والعوائد المالية لخزينة الدولة ، وعدم الإعتماد على الضرائب فقط لتمويل هذه الخزينة .

303-Customer-Focused Engineering **هندسة التركيز على العميل أو الزبون**

وضع تصميم هندسي للمنتج بما يتماشى ويتوافق مع حاجات ورغبات الزبون ، بشكل يُمكن المنشأة من تقديم سلعة تلبي هذه الحاجات والرغبات وتزيد ، لإحداث الرضى والسعادة لديه .

304-Customer-Performance Appraisal **تقييم الزبون لأداء المنظمة**

مدخل أو إتجاه معاصر أكدت عليه إدارة الجودة الشاملة وتستخدمه المنظمات المعاصرة في الوقت الحاضر ، وخاصة الخدمية منها، من أجل تقييم أداء العاملين فيها ، فرأي الزبون بالسلعة أو الخدمة المقدمة له من حيث جودها وسعرها وسهولة الحصول عليها ومعاملته ..الخ ، هي مؤشرات ومعايير لتقييم مستوى أداء المنظمة والعاملين فيها. ويتم تقييم الزبون عن طريق الإستفسار منه عن تلك المعايير، ويتم ذلك من خلال وسائل أهمها قائمة إستقصاء الرأي ، والمقابلات...الخ .

305-Customer Product Image **إنطباع(صورة) الزبون عن المنتج**

يقصد به الإنطباع الذهني والنفسي الذاتي الذي يرسمه الزبون عن المنتج المقدم له ، وذلك من وجهة نظرة الخاصة وفي ما يخص مواصفاته ، جودته ، سعره ،المنفعة التي يقدمها له ،وسهولة الحصول عليه..الخ .

306-Customer Satisfaction **رضى الزبون**

يحدث هذا الرضى عندما تتساوى التضحية التي قدمها الزبون من أجل الحصول على السلعة أو الخدمة (مال ، جهد ....الخ) مع المنفعة التي كان يتوقعها من وراء شرائه وحصوله على السلعة أو الخدمة ، فكلما زادت المنفعة على التضحية زاد الرضى ، وإذا إنخفضت المنفعة عن التضحية لا يتحقق الرضى في هذه الحالة .

307-Customer Satisfaction Incentive **حافز رضى الزبون**

إتجاه جديد في مجال الحفز الإنساني أوصت به منهجية إدارة الجودة الشاملة ، ويطلب ربط حصول العاملين على الحوافز بمدى رضى زبائن المنظمة ، فكلما زاد الرضى زادت الحوافز . وسبب تبني هذا الإتجاه في التحفيز، هو شدة المنافسة بين المنتجين وسعيهم لكسب حصة أكبر من السوق لضمان البقاء ، فقد إعتبرت هذه المنهجية أن رضى وسعادة الزبون هما أساس وجود وإستمرارية المنظمة .

308-Customer Service Orientation — التوجه نحو خدمة الزبون

توجه معاصر في المنظمات وخاصة الحديثة منها لجعل رضى الزبائن هو هدف كل من يعمل فيها، فالجميع يسعى إلى تحقيق الرضى والسعادة لدى الزبون ، لكسب ولائه للسلعة أو الخدمة التي تقدمها المنظمة لـه . لقد فرض هذا التوجه نفسه على المنظمات بسبب المنافسة الشديدة بين المنظمات في الأسواق المحلية والدولية التي سببها تحرير التجارة العالمية . في ضوء ذلك تسعى المنظمات إلى تأهيل العاملين لديها وتدريبهم على خدمة الزبون بكفاءة عالية وتلبية طلباته وفق ما يريد .

309-Customer Service — خدمة الزبون

مجموعة من النشاطات الخدمية التي تتفاعل من خلالها المنظمة مع زبائنها إما شخصياً أو عن طريق الإتصال غير المباشر ، وهدف هذه النشاطات تقديم الخدمة للزبائن بأعلى مستوى من الكفاءة والفاعلية ، من أجل تحقيق الرضى لديهم ، بشكل متميز عن خدمات المنافسين ، وهذه الخدمة هي هدف كل من يعمل في المنظمة . وتتمحور خدمة الزبون في ما يلي :

- خدمة الزبون قبل الشراء : وتشمل تعريف الزبون بالسلعة أو الخدمة ، من حيث خصائصها ، سعرها ، جودتها ، طريقة إستخدامها ...الخ .
- خدمة الزبون أثناء الشراء : وتشتمل على حسن إستقبال الزبون ، وتسهيل إجراءات الشراء بما يضمن له الراحة والسرعة .
- خدمة الزبون بعد الشراء : وتشتمل على نقل السلعة للزبون ، الصيانة ، التركيب والتشغيل ، الضمان أو الكفالة ، معالجة الشكاوى سريعاً .

310-Customer Turnover — معدل دوران الزبائن

يقاس هذا المعدل عن طريق ما يلي :

$$\frac{\text{عدد الزبائن الذين لم تعد المنظمة تتعامل معهم خلال فترة زمنية محددة}}{\text{عدد الزبائن الإجمالي خلال نفس الفترة}} \times 100$$

إن إرتفاع هذا المعدل يعد مؤشراً سلبياً ، ويعني أن هناك عدد من الزبائن قد تركوا التعامل مع المنظمة ، وبالتالي سيؤثر ذلك في إنخفاض حجم مبيعاتها . وتجدر الإشارة إلى أن هذا المعدل لا يمكن إستخدامه إلا مع الزبائن الذين هم متواصلين في التعامل مع المنظمة .

311-Customization of Production — الإنتاج حسب حاجة ورغبة الزبون

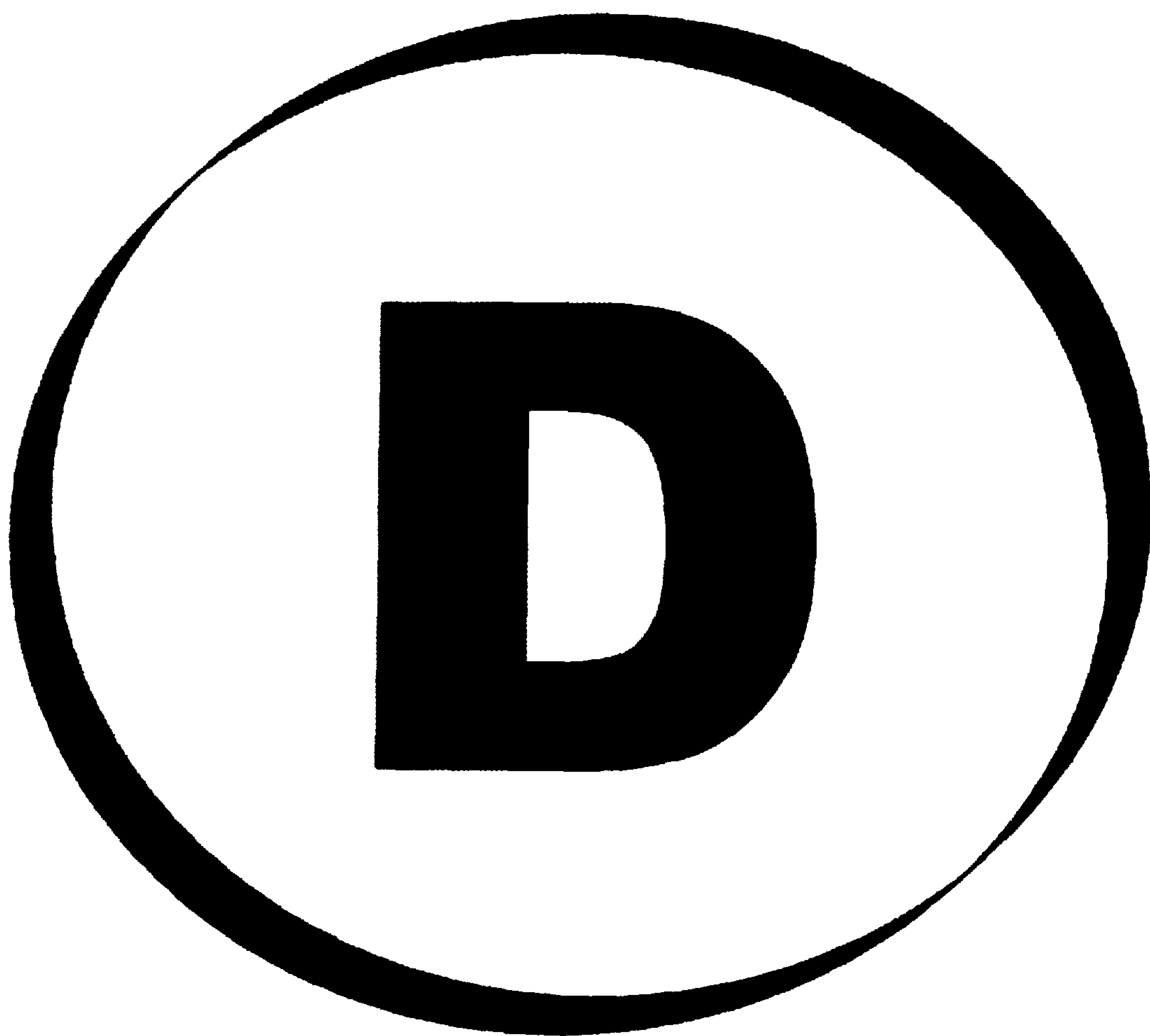
نهج أكدت عليه إدارة الجودة الشاملة مفاده : أن المنظمة التي تريد النجاح والبقاء والإستمرار، عليها تحقيق الرضى والسعادة لدى الزبون ، من خلال تلبية حاجاته ورغباته ووفق ما يريد ويرغب ، فالزبون هو سيد الموقف وسيد السوق . إن ظهور هذا النهج كان بسبب شدة المنافسة والعولمة وتحرير التجارة الدولية، حيث يسعى الجميع إلى إرضاء الزبائن لكسب حصة أكبر من السوق .

312-Cut Back & Turn Around Strategy — إستراتيجية التخفيف ومن ثم الإلتفاف

تطبق المنظمات هذه الإستراتيجية عندما تجد نفسها تمر وتعاني من حالة ترهل في أدائها وفاعليتها التنظيمية بشكل يهدد بقاءها . وتتكون هذه الإستراتيجية من مرحلتين هما: الأولى وتعمل من خلالها على تنفيذ عملية إصلاح داخلي وإستجماع قواها وتخفيف نشاطها التوسعي ، وضبط ورقابة تكاليفها والسعي إلى تخفيضها ، بهدف رفع مستوى فاعليتها التنظيمية ، وعليه يمكن تسمية هذه المرحلة بعملية الكمون وإصلاح للذات . أما في المرحلة الثانية فتعمل المنظمة على تحقيق الإستقرار للنتائج والوضع الجديد الذي توصلت إليه في المرحلة الأولى والمحافظة عليه .

313-Cybernatics — علم الضبط عن طريق الإتصال والمعلومات المرتدة

يشير هذا المصطلح إلى تحقيق الرقابة والضبط الفعال عن طريق الإتصالات المستمرة ، فمتى كانت الإتصالات ووسائلها المستعملة فعالة وذات تأثير جيد ، وكانت قنوات الإتصال متوفرة ومفتوحة ومنظمة بشكل سليم ، لابد إذاً من أن تتحقق الرقابة الفعالة . ويؤكد مفهوم هذا المصطلح على أهمية التغذية العكسية من خلال تقارير المتابعة ، فتبادل المعلومات يحدث أثراً فعالاً في سلوك وأداء الأطراف ذات العلاقة بالإتصال ، الذي يتوجب أن يكون بإتجاهين . إذاً لا بد من إنسياب البيانات والمعلومات من مراكز صنع القرار إلى نقاط التصرف والتنفيذ عبر قنوات إتصال كفؤة ، ثم العودة ثانية بمعلومات جديدة من المنفذين عن الأداء والنتائج المحققة لتغذية مراكز صنع القرار بالحقائق ، حيث يتم تحليلها وتفسيرها إستعداداً لصنع قرارات جديدة حسب مقتضى الحال وبموجب المستجد من الظروف . وهكذا تنساب معلومات جديدة لمراكز التصرف والتنفيذ لتصحيح الأخطاء وتقويم الإنحرافات . وتستمر العملية لتشكل دائرة مستمرة من الإتصال ذي الإتجاهين ، حيث تتحقق الرقابة نتيجة إرتداد المعلومات أو التغذية العكسية المرتدة .


D

1-Daily Market Quotation **نشرة أسعار السوق اليومية**

هذه النشرة تراها في الأسواق التي تباع فيها السلع الإستهلاكية الغذائية التي يتم إستهلاكها يومياً كالخضار والفواكه ، حيث تتغير أسعارها في السوق يومياً وبشكل كبير بسبب عوامل كثيرة مثل: سرعة التلف ، سرعة النقل وغيرها . كما نجد هذه النشرة أيضاً في الأسواق المالية ، حيث توضح أسعار الأسهم والسندات والذهب وغيرها التي يتم التداول فيها في السوق المالي .

2-Daily Paid Worker **عامل مياوم**

عامل مؤقت يُستخدم لأداء عمل معين ويتقاضى أجره يومياً أي يوم بيوم وفي الوقت الذي يغيب فيه لا يتقاضى أجره ، وهو لا يتمتع بأية ميزة وظيفية تقدمها المنظمة للعمال الدائمين .

3-Damaged Goods **البضاعة التالفة**

هي البضاعة التي تتلف بسبب عوامل جوية أوسوء نقلها وتخزينها وغير ذلك ولاينفع إستخدامها .

4-Data **بيانات**

أرقام ورموز وكلمات ذات علاقة بموضوع أو مسألة أو موقف ما .. الخ ، عند قراءتها بشكلها الحالي لا تعطي القارئ المعرفة التي يريدها ولا يمكنه الإستفادة منها . وهي كالمادة الخام التي تستخرج من الطبيعة التي لا يمكن إستخدامها إلا بعد إجراء عمليات صناعية لتحويلها إلى مادة أولية صالحة للإستخدام كالنفط.

5-Data Element **عنصر بيانات**

يستخدم هذا المصطلح في مجال أنظمة المعلومات وقواعد البيانات ، ويشير مفهومه إلى فقرة بيانات لا يمكن تجزئتها إلى مكونات أصغر ، وفق المدخل المعتمد في قاموس البيانات .

6-Data Mining **التنقيب عن البيانات**

البحث عن بيانات محددة مطلوبة ضمن كم كبير من البيانات المتوفرة التي تسمى بقاعدة البيانات .

7-Data Processing **المعالجة الآلية للبيانات**

عملية إلكترونية يجريها الحاسوب بعد إدخال البيانات إليه ، حيث يقوم بفرزها، وتصنيفها ، وترتيبها ، وتلخيصها ، وإجراء مقارنة منطقية عليها ، وتحويلها إلى معلومات مفيدة صالحة للإستخدام .

8-Data Store **مخزن بيانات**

يستخدم هذا المصطلح في مجال أنظمة المعلومات وقواعد البيانات ، ويقصد به هنا ملف البيانات الذي هو عادة فقرة مركبة . فملف العميل أو المورد مثلاً فقرة تتكون من بيانات متنوعة عنهما مثل : الإسم ، العنوان ، رقم الهاتف ، رقم الفاكس ، الأصناف التي يوردها ...الخ .

9-Day-Off **يوم عطلة**

هو اليوم الذي لا يكون فيه عمل في المنظمة ، كيوم عطلة نهاية الأسبوع وأيام الأعياد الدينية والوطنية ، ويوم العطلة يكون مدفوع الأجر .

10-Day-to-Day Work **العمل اليومي**

ويقصد به العمل العادي الذي يتم تنفيذه يومياً ، وما يشتمل عليه من إجراءات ، يطبق فيها قواعد العمل الإجرائي المعتاد . وبالتالي يتصف هذا العمل عادة بطابع التكرار ، أي الذي يتكرر بشكل يومي .

11-Day Dreaming **أحلام اليقظة**

تمثل هذه الأحلام أحد أنواع السلوك الدفاعي الذي يلجأ إليه الإنسان عندما يفشل في تحقيق حاجة أو أكثر لديه ، فيطلق العنان لخياله ليحقق له الحاجة غير المشبعة وهو يقظ ، حيث يكون في هذه الوضعية في حالة شرود ذهني . فإذا كانت لديه حاجة لشراء سيارة مثلاً ، يتخيل بأن لديه سيارة بالمواصفات التي يريدها ، يقودها في إحدى الشوارع ومستمتع بقيادتها ، ويتفاخر بها أمام الآخرين .

12-Dead Loan **قرض ميؤوس من سداده**

قرض مصرفي (طويل أو قصير الأجل) إستحق دفعه من قبل المقترض ولم يدفعه ، ولا يوجد أمل في أن يدفعه لسبب ما كالإفلاس ، الوفاة ، الهرب ...الخ .

13-Dead Market **سوق ميتة**

هو السوق الذي تسوده حالة كساد شديدة ، وغير معلوم متى ينشط الطلب فيه على السلع في المستقبل.

14-Dead Stock **المخزون الراكد**

هي البضاعة الراكدة الموجودة في المخزن ، أي التي لم يتم إستخدامها أو صرف أية كمية منها خلال فترة طويلة من الزمن لأسباب متعددة منها على سبيل المثال : تقادم الصنف فنياً حيث هناك صنف بديل عنه أفضل منه ، أو أن المنشأة لم تعد تنتج السلعة التي يُستخدم فيها الصنف ...الخ .

15-Debt Ratio **نسبة المديونية**

وتقاس عن طريق :

$$\frac{\text{إجمالي المديونية (الديون)}}{\text{إجمالي الأصول}}$$

وتبين مدى قدرة الأصول التي تمتلكها المنظمة (مشروع الأعمال) على تغطية ديونها ، فإذا كانت النسبة 2 / 5 معنى ذلك أن الوضع المالي جيد ، فكل وحدتين نقديتين من المديونية يقابلها (5) وحدات من الأصول لسدادها . لذلك يمكن القول أنه كلما قلت نسبة المديونية إلى إجمالي الأصول كان الوضع المالي للمنظمة أفضل .

16-Debt Service Capacity **طاقة خدمة الدين**

يستخدم هذا المصطلح في مجال المالية العامة ويشير معناه ، إلى قدرة الدولة المدينة على تحمل الأعباء المالية الناجمة عن قروضها المحلية والأجنبية ، كالأقساط ، والفوائد...الخ .

17-Debt to Liquidity Ratio **نسبة المديونية إلى السيولة**

تمثل قدرة المنشأة على سداد إلتزاماتها المالية من السيولة أو النقدية الجاهزة المتوفرة لديها في مواعيد إستحقاقاتها وتقاس عن طريق : إجمالي المديونية / إجمالي السيولة .فإذا كانت النتيجة 1/1 معنى ذلك أن لكل وحدة نقدية من المديونية يقابلها وحدة نقدية من السيولة لسدادها وبالتالي فالوضع جيد .

18-Debeaucratization **الحد من البيروقراطية**

مجموعة القرارات والسياسات والإجراءات التي تتخذها المنظمة ، من أجل الحد من روتين العمل العقيم، وبطء تنفيذه ، وتعقيده ، وتحقيق السرعة والمرونة في الأداء ومثال على ذلك : تبسيط طرق وإجراءات العمل ، إعادة هيكلة المنظمة ، تفويض السلطة ، تطبيق الإدارة بالمشاركة ، عدم تبني الرقابة الصارمة البوليسية وتصيد الأخطاء ...الخ .

19-Decentralized Government **حكومة لا مركزية**

نمط إداري حكومي يسعى إلى تنشيط الإدارة المحلية بإعطائها الصلاحيات الكافية التي تمكنها من صنع القرارات بشأن تقديم خدمات محلية بكفاءة عالية وسرعة ، وكذلك تطوير المجتمع المحلي .

20-Decentralization of Performance **لامركزية الأداء**

أداء وتنفيذ العمل من قبل أكثر من جهة أو جهاز ، وفي أكثر من مكان . ولامركزية الأداء ليست هي لا مركزية السلطة ، فقد يكون لدينا لامركزية أداء ولا يوجد لدينا لامركزية سلطة ، لكن ومن أجل تحقيق التكامل ، يفضل أن تقترن لا مركزية الأداء مع لامركزية السلطة ، وذلك لتسهيل الأداء وتسريع إنجازه .

21- Decentralization of Purchasing **لامركزية الشراء**

تفويض سلطة صنع القرارات المتعلقة بشراء إحتياجات المنظمة من مستلزمات العمل إلى الإدارات والفروع في المنظمة أو المنشأة ، بحيث يقوم كل منها بشراء إحتياجاته الخاصة من المستلزمات كل على حده ، على إعتبار أن هذه المستلزمات تختلف مواصفاتها وظروف شرائها وزمن الحاجة إليها...الخ من جهة لأخرى . ويتبع النظام اللامركزي في الشراء ويناسب المنظمات ذات الفروع المنتشرة جغرافياً .

وتتميز اللامركزية بالسرعة ، والمرونة ، وأن الجهة صاحبة الحاجة هي أدرى من غيرها بطبيعة حاجتها ، وبالتالي فهي أقدر منها على توفيرها لنفسها .

22-Decentralized Organization منظمة (تنظيم) غير مركزية

يشير هذا المصطلح إلى لا مركزية السلطة وصنع القرارات داخل المنظمة ، فدرجة تفويض السلطة وحرية العمل والتصرف تكون عالية فيها . وينصح بإستخدام هذا الإتجاه بشكل خاص في المنظمات الكبيرة الحجم ذات الإنتشار الجغرافي ، لأنه يسرع ويسهل من تنفيذ العمل فيها .

23- Decimal Classification Method الأسلوب العشري في التصنيف

إبتكر هذا الأسلوب في التصنيف شخص أمريكي يدعى " ملفل ديوي" ، حيث تستند طريقته في التصنيف على إمكانية إضافة أرقام عشرية ليسار كل رقم على النحو التالي :

1:1 ، 1: 2 ، 1 : 3 ، 1 :4 ، ...الخ .

1 :1 :1 ، 1 :1 : 2 ، 1 :1 : 3 ، 1 :1 : 4 .....الخ .

وهكذا تستمر إضافة الأرقام لكل رقم رئيس ولكل رقم فرعي أو عشري .

24-Decision قرار

هو البديل أوالحل الأفضل الذي تم إختياره من بين عدة بدائل ، وذلك لمعالجة مشكلة ما ، أو إغتنام فرصة معينة ، وبالتالي فهو يمثل نتيجة عملية صنع القرار ، التي تعتبر أو تمثل المرحلة الأخيرة في صنعه .

25-Decision Making Process عملية صنع القرار

مجموعة من الخطوات المتتالية المتسلسلة المتلاحقة التي يتم من خلالها الوصول إلى القرار المناسب لحل مشكلة ، أو اغتنام فرصة ما ... الخ وهذه الخطوات ما يلي :

- تحديد المشكلة أو المسألة موضوع القرار وتعريفها .
- جمع المعلومات عنها وتحليلها .
- الوصول إلى نتائج محددة .
- وضع بدائل متعددة للمفاضلة بينها وفق معايير موضوعة مسبقاً .
- المفاضلة بين البدائل (الحلول) وإختيار البديل الأفضل الذي يمثل القرار المتخذ .
- وضع القرار أو البديل موضع التجربة لمعرفة في ما إذا كانت هناك ثغرات فيه لتلافيها .
- وضع القرار حيز التطبيق .

26- Decision Making Process Elements عناصر عملية صنع القرار

تتكون عملية صنع القرار من ست عناصر يشكل مجموعها الأساس أو الأركان التي تقوم عليها هذه العملية ، حيث بغياب أحدها لا تكتمل هذه العملية ولا يمكن الوصول إلى قرار وهذه العناصر ما يلي :

الموقف (المشكلة) ، صانع القرار ، الهدف ، البدائل ، معايير المفاضلة بين البدائل ، عملية إختيار البديل أو إتخاذ القرار ، وضع القرار في حيز التنفيذ .

27-Decision Making School مدرسة صنع القرار

هي إحدى مدارس ونظريات الفكر الإداري التي تركز على عملية صنع القرار الرشيد الذي تعتبره محور العمل الإداري في أية منظمة ويعد "هيربرت سَيمون Herbert Simon " الأب الروحي لهذه النظرية التي أهم أفكارها ما يلي :

- إن الفهم الصحيح للمنظمة والإدارة وسلوك الأفراد ، إنما ينبع من فهم عملية صنع القـــرارات ، كيف تتخذ ، وكيف تنظم ، وما هي العوامل المؤثرة في نجاحها.
- الإدارة الجيدة هي التي تنمي وتنظم عملية صنع القرارات بطريقة تجعلها في أقصى درجة من الكفاءة .
- تحتاج عملية صنع القرار إلى إتصال جيد ، لإحداث التعاون والتفاعل البناء بين أعضاء المنظمة .
- على صانع القرار مراعاة تأثير قراره في الآخرين ودراسة ردة فعلهم تجاهه .
- لا يمكن الوصول إلى الرشد الكامل في صنع القرار ، إنما هناك رشد واقعي ، فالمدير الذي يأخذ العوامل المحيطة بقراره في الحسبان هو رجل إداري .

28-Decision Making Theory نظرية صنع القرار

مدخل كمي تحليلي منظم يشتمل على أساليب ونماذج رياضية لدراسة المسائل والمشاكل وصنع قرار حيالها وفق أهداف ومعايير محددة بشكل مسبق ، بإستخدام الحاسب الإلكتروني كأداة مساعدة في حساب النتائج .

29-Decision Matrix مصفوفة العائد

جدول يوضح لصانع القرار البدائل أو الحلول التي سيفاضل بينها لإختيار أنسبها التي يسميها بعضهم بإستراتيجيات القرار . ويوضح الجدول أيضاً نتيجة كل بديل في حالات الطبيعة (البيئة) المحتملة الحدوث مستقبلاً وفي ما يلي نموذج عن هذا الجدول :

البدائل	حالات الطبيعة		
	ح1	ح2	ح3
س1	100	50	75
س2	75	100	25

30-Decision Supporting Systems
نظم دعم القرار

هي نظم معلومات حاسوبية معقدة تقنياً مصممة من أجل دعم عملية صنع القرارات الإدارية العليا في المنظمات ، حيث يتصف هذا النوع من القرارات بصعوبة تحديد متغيراتها وعلاقتها بالهدف المراد تحقيقه من ورائها . فتصميم هذا النوع من نظم المعلومات يكون تلبية لحاجة صانع القرار في المفاضلة بين عدة بدائل لإنتقاء أنسبها ، وعليه فهي تحتوي على نماذج تتيح التعامل مع نوع المعلومات المطلوبة لهذه القرارات ، بإجراء عمليات محاكاة عليها لتقويم البدائل وإختيار أفضلها .

31-Decision Taking Process
عملية إتخاذ القرار

تمثل هذه العملية إحدى مراحل صنع القرار ، حيث يتم من خلالها وضع عدة حلول أو بدائل للمفاضلة بينها وفق معايير محددة بشكل مسبق لإختيار أفضلها . ويعتبر بعضهم أن هذه العملية هي المرحلة الأخيرة في صنع القرار ، في حين يعتبرها آخرون المرحلة ما قبل الأخيرة ، حيث يوجد مرحلة أخيرة هي وضع القرار تحت التجربة ومن ثم وضعه حيز التطبيق .

32-Decision Tree
شجرة القرارات

أسلوب كمي يستخدم في مجال صنع القرارات في ظل وجود درجة معينة من المخاطرة . ويقوم هذا الأسلوب بالمفاضلة بين عدة بدائل لإختيار البديل الأنسب ، مع الإشارة أن لكل بديل رئيس عدة حالات محتملة الحدوث في المستقبل ومعروف مسبقاً نتائج كل منها ، ومعروف أيضاً إحتمال حدوث كل منها . وفي ما يلي جدول يوضح ذلك :

البديل	حالات الطبيعة	الإيراد	احتمال الحدوث	العائد المتوقع
س1	ظروف سلبية	1 000 000	%30	50 000 -
	ظروف إيجابية	500 000	%50	
س2	ظروف سلبية	800 000	%20	290 000 +
	ظروف إيجابية	900 000	%50	

33-Decision Under Certainty
القرار في حالة التأكد

إحدى الحالات التي تواجه صانعو القرارات ، حيث يكون أمامهم عدة بدائل يتوجب عليهم المفاضلة بينها لإختيار البديل الأفضل ، كما يكون لديهم معلومات أكيدة حول إحتمال حدوث كل منها . في هذه الحالة تكون عملية إتخاذ القرار سهلة ، حيث سيتم إختيار البديل الذي يحقق أعلى عائد في ما إذا كان معيار المفاضلة ربحاً ، وإختيار البديل الذي تكون تكلفته الأقل في حالة كون معيار المفاضلة هو التكلفة وهكذا .

34-Decision under Ignorance **القرار في حالة الغموض**

حالة صعبة جداً يواجهها صانع القرار ، وتتمثل بأنه يعرف حالات الطبيعة (المواقف) التي يريد إتخاذ قرار حيالها ، لكن المعلومات المتوفرة عنها عامة وغير دقيقة وغير أكيدة ، ولا يعرف صانع القرار إحتمال حدوث كل منها مثال على ذلك: هناك معلومات عن أحد المنافسين يسعى لتقديم منتج جديد للسوق ، لكن ما هو هذا المنتج ، ومتى سيقوم بإنتاجه ، ومتى سيقدمه إلى السوق غير معروف .

35-Decision Under Risk **القرار في حالة المخاطرة**

إحدى الحالات التي تواجه صانع القرار ، حيث يكون أمامه عدة بدائل يتوجب عليه المفاضلة بينها لإختيار أفضلها ، ويكون على معرفة مسبقة بنتائج كل بديل وإحتمال حدوثه في حالات الطبيعة (البيئة)، وبالتالي تكون درجة المخاطرة المحيطة بكل بديل معروفة من خلال ما يلي : إذا كان إحتمال حدوث (درجة التأكد) أحد البدائل 75% ، معنى ذلك أن درجة المخاطرة فيه هي 25%.

36-Decision Under Uncertainty **القرار في حالة عدم التأكد**

إحدى الحالات التي تواجه صانع القرار حيث يكون أمامه عدة بدائل ويتوجب عليه المفاضلة بينها لإختيار أفضلها ، ويكون لديه معلومات مسبقة عن حالات الطبيعة (البيئة) المحتملة الحدوث ، لكنه لا يعرف إحتمال حدوث كل منها ، كما تكون نتائج كل قرار معروفة لديه بشكل مسبق . هذا يعني أن درجة المخاطرة كبيرة ، وهنا يعتمد صانع القرار على أحد معايير المفاضلة المعروفة وهي : معيار التشاؤم لأبراهام والد ، ومعيار ليونيد هورويز ، ومعيار لابلاس ، ومعيار الندم أو الأسف .

37-Decisiveness Ability **القدرة على الحسم و البت في الأمور**

إحدى الصفات التي يتحلى بها القادة الإداريون ، حيث تمكنهم من إصدار الأحكام بشكل موضوعي ومناسب دون تباطؤ أو تردد ، وصنع القرار حيالها ، وإلزام نفسه به .

38-Declarative Information Skill **المهارة التصريحية**

يسميها بعضهم بمهارة البيان ، وتعبر على قدرة الفرد على التحدث علناً أمام الآخرين عن موضوع معين بشكل واضح متزن وإقناع الآخرين به . هذه المهارة يحتاجها بشكل خاص من يعمل في الحقل السياسي والدبلوماسي والإعلامي ، والإدارة العليا .

39-Deduction **الإستنباط**

نشاط ذهني ينتقل الذهن من خلاله من قضية أو عدة قضايا هي المقدمات ، إلى قضية أخرى تمثل النتيجة. ويتم هذا الإنتقال وفق قواعد المنطق ، وليس بلازمٍ أن يكون إنتقالاً من العام إلى الخاص ، أو من الكل إلى الجزء .

40- Deed of Partnership **صك الشراكة**

وثيقة قانونية موقع عليها من قبل الذين يملكون الشركة ، وتكون مسجلة لدى جهة حكومية معينة، توضح وتنظم كيفية عملهم وحقوقهم في الشركة .

41-Deeping of Product **عمق المنتج**

قيام المنتج بإنتاج سلعة واحدة بأحجام ومواصفات وجودة مختلفة ، مثال على ذلك تقوم شركة مرسيدس لإنتاج السيارات بإنتاج سيارة شاحنة ، وحافلة للركاب ، وسيارة صغيرة بأحجام ومواصفات مختلفة في كل منها . فهناك سيارة صغيرة برقم 190، 200 ، 220 ،230، 300 ، 320...الخ ، وهناك سيارة جيب . نستنتج من ذلك أن هذه الشركة قد نوعت منتجها الواحد عن طريق تعميقه (190، 200، ..الخ) لإرضاء أو تلبية حاجة أكبر عدد ممكن من الزبائن .

42-Deeping of Training **عمق التدريب**

هو أحد المعايير المستخدمة في تقييم التدريب ، حيث يشير مفهومه إلى مدى تذكر المتدربين لما تعلموه في التدريب وتطبيقه في بيئة عملهم بعد عودتهم إليها ، فكلما كانت درجة التذكر والتطبيق عالية ، دل ذلك على عمق تدريبهم وبالتالي نجاح هذا التدريب . كما يشير العمق هنا إلى تنويع المهارات ضمن المهارة الرئيسة الواحدة ، التي يهدف التدريب إكسابها للمتدربين .

43-Defaced Coin **العملة المعدنية الممسوحة**

هي عملة معدنية طمست أو مسحت أو محيت الكتابة أو النقوش الموجودة عليها، بسبب تداولها بين الناس وقدمها.

44-Defensive Behavior **السلوك الدفاعي**

هو سلوك إنساني يتبناه الفرد بشأن الدفاع عن نفسه وكيانه ، عندما لا ينجح أو يفشل في تحقيق حاجة أو أكثر لديه ، بحيث يؤدي هذا الفشل إلى تهديد ذاته . ويأخذ السلوك الدفاعي عدة أشكال أهمها : العدوانية ، التبرير، تغيير الهدف ، أحلام اليقظة....الخ .

45-Defensive Strategy **إستراتيجية الدفاع**

إحدى الإستراتيجيات التي تستخدمها المنظمات في مجال الإدارة الإستراتيجية وتهدف إلى حماية منتجها (أو خدمتها) من منافسة المنتجات الأخرى المماثلة ، وذلك بحشد إمكاناتها للمحافظة على ميزتها التنافسية من الإختراق من قبل المنافسين .

46-Deferred Callable Bonds **السندات القابلة للإستدعاء الآجل**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Callable Bonds

السندات القابلة للاستدعاء

47-Defered Discount — الخصم المؤجل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Cumulative Quantity Discount

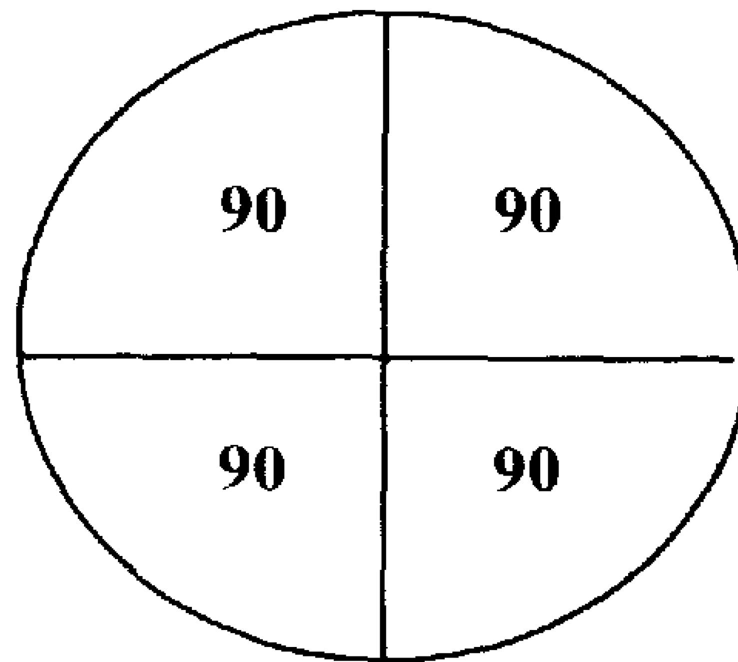
خصم الكمية التراكمي

48- Deferred Profit Sharing — المشاركة في الأرباح المؤجلة

أحد أشكال توزيع الأرباح على العاملين ، بموجبه لا يتم توزيع الأرباح في نهاية السنوات المالية ، بل يؤجل دفعها لحين بلوغ الفرد سن التقاعد أو تسريحه من العمل أو إستقالته أو وفاته . وخلال هذه الفترة الزمنية تُستثمر هذه الأرباح المؤجلة لحساب العاملين ، حيث تودع في حسابات مصرفية خاصة بكل فرد لا يجوز أن يسحب منها شيئاً .

49- 360 Degree Feedback — التغذية العكسية المرتدة بزاوية 360 درجة

إتجاه حديث في مجال الحصول على معلومات لخدمة عمليات التقييم ، وصنع القرارات وحل المشاكل . ومفاده أنه كلما توفرت أمام المقيم أو صانع القرار معلومات أوفر أدى ذلك إلى تسهيل مهمته ، ذلك أنها تعطيه رؤية واضحة أكثر وفهماً أوسع وأعمق وأشمل . لذلك يؤكد هذا الإتجاه على تعددية مصادر المعلومات ما أمكن ذلك ، فالنقص في أحد مصادر المعلومات سيغطيه مصادر المعلومات الأخرى من أجل الوصول إلى معلومات كاملة تشكل زاوية 360 درجة كما هو موضح في الشكل التالي :



50-Delegated Member of Directors Board — عضو مجلس الإدارة المنتدب

أحد أعضاء مجلس إدارة الشركة أو المنظمة ، ينتدبه المجلس أو يفوضه بالإشراف على تنفيذ إستراتيجية وسياسات المنشأة وقراراته التي يرسمها ويتخذها .

51-Delegation of Authority — تفويض السلطة

قيام المدير أو الرئيس أو من يملك السلطة بنقل جزء من سلطته (حق التصرف ، وصنع القرارات) لمرؤوس له ، وعلى مستوى المنظمة يعني تفويض السلطة توزيع حق صنع القرارات والتصرف وإصدار الأوامر من مستوى تنظيمي أعلى لمستوى أدنى ، وضمن نطاق محدد يضعه . ولا يمكن أن يتم تفويض السلطة إلا من قبل من يمتلكها ، فهذا الحق شرعي قانوني لا يجوز التصرف به إلا من قبل صاحبه . كما أنه لا يوجد تفويض كامل للسلطة ، أي تنازل كامل عنها من رئيس لمرؤوسه ، إذ يعد ذلك تنازلاً عن مركزه لمرؤوسيه . ويأخذ تفويض السلطة شكلين هما :

- الشكل الشفهي : أي قيام الرئيس بتكليف مرؤوسه بإنجاز عمل معين وإعطائه السلطة التي تساعده على هذا الإنجاز شفهياً في مقابلة بينهما أو عن طريق الهاتف . هذا الشكل له خطورته ، إذ قد لا تتضح صورة التفويض وحدوده تماماً لدى المرؤوس .
- الشكل الكتابي : حيث يجري التفويض بموجب مذكرة رسمية صادرة عن الرئيس لمرؤوسه ، يحدد له فيها نطاق وحدود السلطة التي يحق له أن يتصرف ضمنها . ولاشك أن هذا الشكل أكثر دقة ووضوحاً من الشكل السابق ، ويقضي على عنصر عدم التأكد لدى المرؤوس .

52-Delegation Skill of Authority مهارة تفويض السلطة

إحدى الخصائص التي يجب توفرها لدى القائد الإداري ، وتعني أن تكون لديه الإمكانية على تحديد مهام ومسؤوليات مرؤوسيه ومنحهم السلطة الكافية التي تمكنهم من أدائها . كما تعني قدرته على التمييز بين المرؤوس القادر على تحمل المسؤولية وغير القادر ، من أجل منح المرؤوس القادر على تحمل المسؤولية سلطة أوسع . وتعني أيضاً قدرته على التمييز بين الأمور الهامة التي لا يمكن تفويض سلطة البت فيها لأحد، والأمور غير الهامة التي يمكن تفويض جزء من سلطته لمرؤوسيه للبت فيها .

53-Deliberate Strategy Creation Approach مدخل إعداد الإستراتيجية المتأني المدروس

يسميه بعضهم بالمدخل المخطط ، حيث يتم وضع الإستراتيجية بحيث تشمل أهداف المنظمة بشكل واضح والموارد المراد إستخدامها ، والعمليات اللازمة من أجل إنجاز هذه الأهداف ، في ضوء رؤية مستقبلية واضحة لمجال عملها، ومعرفة المنافسة السوقية . إذاً يتم إعداد الإستراتيجية في ضوء درجة جيدة من التأكد ودرجة قليلة نسبياً من المخاطرة .

54-Delivery Note إشعار إستلام

وثيقة تحتوي على تفاصيل السلع (أو المواد) التي تم إستلامها من قبل المشتري ، والمرسلة من قبل البائع أو المورد إليه ، حيث بعد القبول والإستلام تخلى مسؤولية البائع عن البضاعة المرسلة إلى أو المستلمة من المشتري .

55-Delivery Order of Goods — أمر تسليم بضاعة

وثيقة أو بيان مكتوب ، يأمر فيه صاحب السلطة مخزن إيداع بضائع ، لتسليم بضاعة إلى زبون معين ، حيث يوضح فيه كمية أوالوزن، أوالعدد ..الخ ،ونوعية البضاعة التي سيجري تسليمها للعميل ،والتاريخ .

56-Delivery Point of Goods — نقطة إستلام البضاعة

هي المكان المتفق عليه بين البائع والمشتري ، الذي فيه سيسلم البائع المشتري البضاعة التي إشتراها منه .

57-Delphi Forecasting Technique — أسلوب دلفي للتنبؤ

تنسب كلمة دلفي إلى مدينة يونانية قديمة إسمها "دلفي" التي كان يكثر فيها العرافون ووسطاء الآلهة ، ممن يتنبأون بالمستقبل وأحداثه عن طريق الإتصال بها . وطبقاً لمفهوم هذا الأسلوب يجري الإتصال بمجموعة من الخبراء لمعرفة رأي كل منهم في موضوع معين أومشكلة ، والتنبؤ بإحتمالات تطورها مستقبلاً . ويشترط هذا الأسلوب على عدم إجتماع الخبراء معاً ، خوفاً من أن تتأثر آراء بعضهم ببعض ، أوأن تسيطر أقلية تجيد صناعة الكلام وحبك العبارات على الأغلبية . وبعد معرفة رأي كل خبير وتنبؤاته بشأن الموضوع أو المشكلة ، ترسل إليه صحيفة إستقصاء يُوضح فيها رأي الخبراء الآخرين ويطلب منه النظر في رأيه الأصلي الذي وضعه وأرسله في ضوء آراء الآخرين ، وله أن يتمسك بهذا الرأي أو يغيره . وبتكرار هذه العملية عدة مرات ، تتبلور الآراء والتنبؤات التي يُجمع عليها غالبية الخبراء ، وتنقح مؤشرات وإحتمالات المستقبل لما يجري بحثه أو دراسته .

58-Demand Deposit Account — حساب الشيكات (الإيداع) الجاري

حساب جاري مصرفي يتيح لفاتحه فرصة سحب الشيكات عليه ، وهو بدون فائدة ، ولا يطلب المصرف المفتوح لديه الحساب ، الإحتفاظ بحد كبير من المال كرصيد مجمد في هذا الحساب ، ولا يجوز تجاوز عمليات السحب منه المبلغ أو الحد الذي وضعه المصرف من أجل فتحه .

59-Demand Deposit — وديعة مصرفية تحت الطلب

مبلغ من المال يودعه عميل لدى المصرف على سبيل الوديعة بفائدة معينة ولفترة زمنية محددة ، وتسمح شروط هذه الوديعة لمودعها أن يسحب منها مبالغ عندما يريد .

60-Demand Mortgage Loan — قرض مرهون تحت الطلب

أحد أنواع القروض التي تمنحها المصارف وبشكل خاص العقارية ، حيث لا يمنح القرض إلا برهن عقار لصالح المصرف ، وعلى المقترض تسديد قيمة القرض بناءً على طلب المصرف الدائن ، وعادة تكون مدة القرض سنة .

61-Demand of Good الطلب على السلعة

هو أحد شقي آلية السوق (العرض والطلب) ويعني وجود حاجة ورغبة معينة لدى شخص أو جماعة ، أو منظمة...الخ ، لشراء سلعة (أو خدمة) ما ، ولديها مقدرة مالية جاهزة تمكنها من شرائها في ضوء السعر المعروضة به في السوق .

62-Demand Period-Off فترة عدم وجود طلب

تتصف بعض المنتجات بالطلب الموسمي ، حيث يكون الطلب عليها كبيراً وبعد إنقضاء الموسم يكون طلبها صفراً تقريباً ، وبالتالي فالفترة الزمنية التي تقع خارج موسم طلبها تكون السلعة خارج فترة الطلب. مثال على ذلك الطلب على المراوح يكون في الصيف ، أما في الشتاء فنادراً ما نرى مستهلكاً يطلب شراء مروحة في الشتاء ، ففترة الشتاء تمثل فترة عدم وجود طلب على السلعة .

63-Demand Stimulation إثارة الطلب

ويسميها بعضهم بتنشيط الطلب على السلعة ، وهو إحدى وظائف التسويق الهامة التي يقوم بها الترويج وبشكل خاص الإعلان . فالمستهلك عادة يكون لديه حاجات كامنة داخله وفي الكثير من الأحيان قد لا يعي بوجودها لديه ، فيأتي الترويج وخاصة الإعلان لينبه المستهلك بوجود الحاجة عنده ويثيره ويدفعه لشرائها ، بفرض وجود إستطاعة مالية لديه لشرائها . يفهم من ذلك أن إثارة الطلب لا يعني خلق الحاجة لدى المستهلك ، فالحاجة موجودة لديه باستمرار في الغالب ، فالإثارة بالتالي هي تنبيه لوجود الحاجة والحث على إشباعها من خلال شراء السلعة أو الخدمة التي يُروج لها .

64-Democtratic Leadership القيادة الديموقراطية

أحد أنماط القيادة الإدارية الذي يلعب فيه القائد دوراً يتسم بالسماح لمرؤوسيه أو أعضاء جماعته بمشاركته في صنع القرارات ، ويراعي الجوانب الإنسانية في العمل ، ويحترم مرؤوسيه ويقدر جهودهم .

65-Democratic of Market ديموقراطية السوق

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى أن المنتج في ظل المنافسة الشديدة التي تشهدها الأسواق ، لم يعد هو سيد السوق يفرض ما يريده على المستهلك ، بل العكس أصبح الأخير هو الذي يفرض على الأول ما يريده . فبسبب إغراق الأسواق بعدد هائل من السلع والخدمات ، توجه المنتجون إلى تحقيق الرضا لدى المستهلك وأصبحوا يتنافسون على ذلك لكسب حصة أكبر من السوق ، وهذا ما دفع المنتجون لمعرفة مطالب المستهلك وسماع شكواه للعمل على تلبيتها ، وبالتالي تحول السوق من ديكتاتورية المنتج إلى ديموقراطية ، فرضا الزبون أصبح الهدف الأول والأخير للمنتجين ويعتبرونه أساساً لبقائهم .

66-Demographic Environment البيئة السكانية

يقصد بالبيئة السكانية ، السكان الذين يعيشون في المنطقة الجغرافية المتواجدة فيها المنشأة أي التي تعمل ضمنها والخصائص التي يتصفون بها مثل: عددهم ، فئات أعمارهم ، معدل الولادات ، معدل الوفيات ، نسبة الذكور للإناث ، كثافتهم...الخ ، حيث تفيد هذه المعلومات في الدراسات التسويقية .

67-Demographic Market Segmentation تجزئة السوق حسب المعيار السكاني

أحد المعايير المستخدمة في مجال تجزئة السوق ، بموجبه يصنف المستهلكين للسلعة أو الخدمة المراد تسويقها فيه ، في مجموعات متماثلة كالذكور ، الإناث ، المتزوجون ، العزاب ، الأطفال من عمر سنة وأقل ، كبار السن ...الخ .

68-Demogrophic Time Bomb القنبلة السكانية الموقوتة

مصطلح أوروبي أطلق على المشكلة السكانية التي تواجه دول أوربة الغربية الصناعية وخاصة الإسكندينافية وتؤثر سلباً في وفرة الموارد البشرية في أسواق العمل لديها . فبسبب التناقص المستمر في عدد الولادات وإرتفاع متوسط الأعمار فيها ، أدى لأن تكون التركيبة السكانية فيها هرمة ، وأصبح عدد الشبان من مختلف المهارات الراغبين في العمل في حالة تناقص مستمر وندرة في بعض الأنواع . هذه الحالة خلقت منافسة بين شركات هذه الدول لإستقطاب القوى العاملة الشابة التي تحتاجها ، وأصبح نشاط الإستقطاب أحد وظائف إدارة الموارد البشرية نشاطاً هاماً لدى شركات هذه الدول . ويستخدم هذا المصطلح أيضاً في مجال الدراسات السكانية في البلدان النامية والفقيرة التي يتزايد عدد السكان فيها بشكل متسارع ، ومن المحتمل أن يصل إلى رقم لم تعد مواردها تكفيها لإعاشته هذا الرقم ، ومهددة بمعدل فقر عالي المستوى كالهند مثلاً .

69-Demotion of Employees تنزيل وظيفة العاملين

عملية يتم بموجبها نقل الموظف من مستواه الوظيفي الحالي إلى مستوى أدنى ، أي إلى وظيفة أدنى ذات مهام ومسؤوليات وراتب أقل من وظيفته الحالية . ويستخدم التتريل عادة في حالتين : الأولى كعقوبة ، والثانية في حالات المرض التي تجعل الموظف غير قادر صحياً على أداء مهام وظيفته الحالية ، وذلك كبديل عن تسريحه من العمل .

70-Demurrage الأرضية

غرامة مالية تفرض بحق صاحب بضاعة بسبب تأخره في تفريغها ، أو تحميلها ، أو سحبها من مكان في المستودع ، أو المرفأ الجوي ، أو البحري ، عن المدة المقررة أو المحددة .

71-Department دائرة

وحدة إدارية (أو إحدى التقسيمات الإدارية) ضمن الهيكل التنظيمي للمنظمة تُعنى بعمل أو نشاط معين أو بعدة أعمال ، وتكون مسؤولة عنها ، ويكون لها رئيساً يمتلك صلاحيات معينة ويعمل تحت رئاسته عدد من المرؤوسين . وقد تكون الدائرة مسؤولة عن عمل أو وظيفة في منطقة جغرافية معينة .

72-Departmental Information System نظم المعلومات على مستوى الإدارات

هي نظم موجهة لخدمة إدارات المنظمة ، كإدارة التسويق ، وإدارة الإنتاج ، وإدارة الشراء وغيرها من الإدارات . وبالتالي فهي نظم معلومات متخصصة في خدمة وظائف المنظمة ، أي كل نظام يخدم إدارة أو وظيفة معينة فيها مثل : نظام معلومات التسويق ، نظام معلومات التخزين ...الخ .

73-Departmental Polices سياسات الإدارات

ويسميها بعضهم بالسياسات الوظيفية ، وهي التي تحكم العمل والتصرفات وصنع القرارات داخل إدارات وأقسام المنظمة ، كسياسة الإنتاج التي في ضوئها تتحدد مصادر المواد ، ومواعيد شرائها ، وتقدير حجم الإنتاج . وأيضاً سياسة البيع التي تحدد نوع البيع بالتقسيط ، أم نقداً ، ووسائل تنمية المبيعات ...الخ. وكذلك السياسة المالية ، والموارد البشرية وغيرها .

74-Departmental Stores متاجر الأقسام

متاجر تجزئة كبيرة الحجم تعتبر إحدى منافذ أو قنوات التسويق ، وتقع عادة في مراكز التسوق الكبيرة في المدن الكبرى ، وتتعامل مع عدد كبير من المستهلكين وعدد ضخم من سلع التسوق ضمن مجموعات منفصلة كل منها يباع في متجر (قسم) خاص ، مثل ملابس الأطفال ، والنساء ، والرجال ، والأحذية ، والأدوات المنزلية ...الخ ، وفيه رئيس مسؤول عنه ويعمل معه مجموعة من البائعين ، ويكون بناءها كبير الحجم في العادة ، ويعمل فيها عدد كبير من العاملين .

75-Departmentalization تقسيم نشاط المنظمة إلى وحدات إدارية

ويسميها بعضهم بالتقسيم الإداري أو التنظيمي ، الذي بموجبه يجري تقسيم نشاط المنظمة الكلي إلى نشاطات رئيسة وفرعية ، وتخصيص إدارات وأقسام (شعب ،مكاتب...الخ) لأداء كل نشاط منها . وتتم هذه العملية باستخدام واحدة أو أكثر من الأسس التالية :

- التقسيم على أساس الوظيفة بمراعاة مبدأ التخصص ، أي أن يكون لكل نشاط متخصص وحدة إدارية متخصصة تؤديه .
- التقسيم على أساس المنتج أو الخدمة ، حيث يكون لكل منهما وحدة إدارية خاصة تؤديها.
- التقسيم على أساس الزبون ، ويكون لكل فئة من الزبائن وحدة إدارية تخدمها.
- التقسيم على أساس المنطقة الجغرافية ، حيث يكون لكل فرع في كل منطقة جغرافية وحدات إدارية تؤدي العمل فيه .

- التقسيم حسب العملية الإنتاجية ، ويكون لكل نوع من الآلات وحدة إدارية أو قسم ، أو خط إنتاج ينفذ عملية إنتاجية معينة .
- التقسيم على أساس وردية العمل ، ويكون لكل وردية وحدة إدارية خاصة بها .

76- Departmentalization Theory نظرية التقسيم الإداري

هي إحدى النظريات التي تتكون منها النظرية الكلاسيكية في الإدارة التي وضعها المفكر المهندس الفرنسي " هنري فايول HenryFayol "الذي قسم نشاط المنظمة إلى ستة نشاطات رئيسة هي ما يلي :

- النشاط الفني : وهو المكلف بالقيام بالعملية الإنتاجية ، وتحويل المدخلات إلى مخرجات على شكل سلع وخدمات .
- النشاط التجاري : وهو المكلف بعملية شراء إحتياجات المنظمة من المستلزمات المختلفة ، ومكلف أيضاً بعملية بيع وتصريف منتجاها في السوق .
- النشاط التمويلي : وهو المكلف بالبحث عن إحتياجات المنظمة المالية والعمل على توفيرها وحسن إستخدامها .
- النشاط الأمني : وهو المكلف بعملية حماية العنصر البشري ، وممتلكات المنظمة .

النشاط المحاسبي : وهو المكلف بعملية حساب التكاليف ، وتحديد الأرباح والخسائر والجرد والإحصاء .

- النشاط الإداري : ويعبر عن العملية الإدارية التي تتضمن وظيفة التخطيط ، التنظيم ، إصدار الأوامر ، الرقابة ، والتنسيق .

وقد حدد فايول القدرات اللازم توفرها لدى المدير الذي يريد القيام بأحد هذه الأنشطة ، ووصفها بالقدرات الإدارية ، والفنية ، والتجارية ...الخ ، ووضح أن عمل المدير بوجه عام ذو شقين فني وإداري .

77-Dependent Personality الشخصية التابعة

يتصف صاحب هذا النمط من الشخصية بالحاجة إلى الحب والقبول من الآخرين ، ويسعى وراء إقامة الصداقات معهم ، فمشاعرهم همه كثيراً ، وبالتالي فهو ذو حساسية كبيرة ومخلص كثيراً لهم ، ويقبل نصيحتهم له ، ويستمع إليهم بذهن وقلب مفتوحين ، ويحب التعاون معهم .

78-Dependent Variable المتغير التابع

لكل متغير حركة التي إما أن تكون في حالة صعود ، أو هبوط أو إستقرار . وبالنسبة للمتغير التابع فاتجاه حركته تكون تابعة لإتجاه حركة متغير آخر. فحجم المبيعات مثلاً هو متغير تابع لزيادة الدخل، بمعنى أنه عندما يزداد الدخل ، يزداد الطلب على السلع ، فيزداد حجم المبيعات لدى المنشآت الإقتصادية .

79- Debenture Bonds **سندات غير مضمونة**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، وهي غير مضمونة بأصول معينة تقدمها الشركة (المقترض) لحملة هذه السندات (المستثمرون المقروضون) ، وبالتالي تعتمد الشركة هنا إعتماداً مطلقاً على سمعتها في السوق ومركزها المالي فقط .

80- Deployment **تشكيل الموارد البشرية (العاملين)**

سلسلة متكاملة مترابطة من وظائف إدارة الموارد البشرية في المنظمة ، يتم من خلالها توفير حاجاتها من الموارد البشرية أو العاملين على إختلاف أنواعهم في الوقت المطلوب وبالمواصفات المطلوبة ، لسد حاجاتها من القوى العاملة وهذه الأنشطة : تصميم وتحليل العمل ، تخطيط الموارد البشرية ، الإستقطاب ، الإختيار والتعيين .

81-Depositor's Life Insurance **التأمين على حياة المودع**

هو نوع من الودائع المصرفية يُمنح بموجبها المودع تأميناً على حياته بدون تكاليف ، وتدفع قيمة الوديعة لورثته في حالة وفاته ، بالإضافة إلى مبلغ تأمين بحد أقصى يساوي قيمة الوديعة .

82-Derived Demand **الطلب المشتق**

تحديد كمية الحاجة لأحد مستلزمات (مواد، أجزاء ... الخ) العمل والإنتاج من أجل تصنيع حجم معين من المنتج . ففي مصنع للسيارات مثلاً ، تحدد كمية الحاجة للإطارات التي يحتاجها المصنع في السنة في ضوء حجم الإنتاج السنوي ، فإذا كان هذا الحجم إنتاج /10000/سيارة إذا سيحتاج المصنع إلى /50000/ إطار، على إعتبار أن السيارة الواحدة تحتاج إلى أربع إطارات إضافة لإطار إحتياطي .

83-Description of Effective and Ineffective Performance to Appraisal **وصف الأداء الفعال و غير الفعال لتقييم أداء العاملين**

تقوم بعض المنظمات بوضع وصف للأداء الفعال وغير الفعال وإعتبارهما معياراً من أجل تقييم أداء العاملين فيها ، حيث تطلب من العاملين القدامى أصحاب الخبرة والإلمام الواسع والعميق في العمل بأن يصفوا تفصيلاً أبعاد الأداء الفعال وغير الفعال ، ليتم مقارنة أداء العاملين بهذين المعيارين أو النموذجين من الأداء لتحديد مستوى كفاءتهم . وبين الأداء الفعال وغير الفعال تتدرج مستويات أداء العاملين من الأكفأ للأقل كفاءة تنازلياً .

84-Descriptive Decision Taking Technique **أسلوب اتخاذ القرارات الوصفي**

هو الذي يعتمد على التقدير والتخمين الشخصي في حساب النتائج المتوقعة الإيجابية والسلبية ولكل بديل على حده ، والمفاضلة بينها وإختيار أنسبها وفق المعايير المحددة ، التي هي عبارة عن عوامل وعناصر

تدخل في تركيبه ، حيث يعطى لكل معيار وزناً يبين مدى أهميته . يتسم هذا النموذج بعدم دقته وإعتماده على الخبرة والرأي الشخصي لصانع القرار ، ومدى إلمامه بالمتغيرات المؤثرة في قراره وظروفه النفسية ، ومدى تحيزه لبعض المعايير.

85-Descriptive Study **دراسة وصفية**

تهدف إلى وصف خصائص وحالة موضوع أو موقف أو وضع معين كما هو ، من خلال جمع معلومات محددة عنه . وقبل عملية جمع المعلومات يجب تحديد مصادرها وكيفية جمعها ونوعها . وبعد عملية الجمع تدرس المعلومات وتفسر ، حيث في ضوء نتائج التفسير ، يجري وصف الوضع أو الموقف من كافة جوانبه وبحالته الراهنة .

86-Despotism Leadership **القيادة الإدارية المستبدة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Autocratic Leadership

القيادة المستبدة

87-Dspotism of Labor **إستبدادية (مطلقية) العمل**

تمثل هذه الإستبدادية التنظيم العسكري في الإدارة ، حيث يشير مفهومها إلى تحكم المشرفين التام والمطلق في عمل مرؤوسيهم الذين ليس لديهم رأي في أسلوب وكيفية أداء أعمالهم ، فهم ينفذون ما يؤمرون به من مشرفيهم دون أن يكون لهم الحق في مناقشتهم . لقد كانت هذه المطلقية سمة إتصفت بها المدرسة الكلاسيكية في الإدارة بوجه عام ، ومدرسة الإدارة العلمية بوجه خاص .

88-Detached Personality **الشخصية المستقلة**

يتصف صاحب هذا النمط من الشخصية بميله للتعامل مع الأمور والأشياء لذاتها ومن قناعته الخاصة ، فلا مكان للعواطف في المنهجية التي يتعامل بها مع الناس . ويتمتع صاحب هذه الشخصية بدرجة عالية من الترتيب والتنظيم وبرمجة وقته ، ويميل إلى الهدوء ، وضعيف الإستجابة للآخرين ، ويحب الحقيقة والمنطق ويقدر الموضوعية .

89-Development Bonds **سندات التنمية**

يُصدر هذا النوع من السندات الدولة ، وذلك من أجل الحصول على أموال من أجل تمويل المشاريع التنموية ، وبالتالي فهذه السندات هي بمثابة قرض مالي تحصل عليه الدولة من المستثمرين، وتقوم بسداد قيمتها لهم مع فوائدها في مواعيد محددة وفي موعد إستحقاقها .

90-Development Information Center of Human Resources **مركز معلومات تنمية الموارد البشرية**

تستخدم المنظمات الحديثة اليوم نظاماً للمعلومات محوسب يتكون من أنظمة فرعية ، من هذه الأنظمة نظام يدعى "بمركز تنمية الموارد البشرية" الذي تخزن فيه جميع نتائج تقييم أداء العاملين في المنظمة ، هذه النتائج تشتمل على نقاط القوة والضعف الموجودة في أداء وسلوك العاملين مع تحليل لأسبابها من قبل المقيمين . وتَكمن فائدة هذه المراكز أنها توفر معلومات تفصيلية عن مستوى كفاءة العاملين ، التي تساعد إلى حد كبير في تحديد إحتياجات تدريبهم وتنميتهم التي تكون نابعة من الواقع العملي وبسرعة ، حيث على أساس هذه الإحتياجات تصمم المنظمة برامج التدريب والتنمية المناسبة والفعالة لهم .

91-Development Performance Approach Based on- Performance Appraisal — مدخل تنمية الأداء على أساس نتائج تقييمه

مدخل حديث في مجال تنمية أداء الموارد البشرية في المنظمات يأخذ شكل إستراتيجية تستخدمها لرسم أداء مواردها البشرية مستقبلاً على قاعدة تسمى : تحسين الأداء المستمر في ضوء نتائج تقييمه باستمرار . ويقوم هذا المدخل على الركائز التالية :

- تنمية الأداء عملية مستمرة هدفها تحقيق التنمية والتحسين المستمرين لأداء المورد البشري في العمل، وتقوم هذه التنمية على أساس نتائج تقييم الأداء المستمر أيضاً .
- عملية تقييم الأداء ليست مجرد عملية رقابية رسمية على أداء الموارد البشرية في العمل يقوم بها المقيم ، بل هي متابعة مستمرة لهذا الأداء لإكتشاف الأخطاء قبل وقوعها أو عند حدوثها ، لتوجيه الملاحظات المناسبة والتدريب المناسب من أجل تحقيق التحسين المستمر للأداء في ضوء حاجات المنظمة مستقبلاً .
- تستند عملية تنمية الأداء على أساس الإستفادة من أخطاء الماضي لرسم الأداء المستقبلي .
- الرئيس المباشر ليس مقيماً فحسب ، بل مدرباً ، وموجهاً ، ومسانداً ، ومحسناً لأداء مرؤوسيه ، ويجب توفر المقدرة لديه لتحقيق ذلك .

92-Developmental Research — بحث تطويري

هو الذي يُعنى بالجمع بين الإنجازات التقنية (التكنولوجية) والحقائق العلمية الجديدة ، من أجل الحصول على إنجازات تقنية أكثر وأفضل .

93-Devil's Advocator — محامي (مدافع) الشيطان

يُستخدم هذا المصطلح ليعبر عن إحدى المشكلات التي تعاني منها الإجتماعات التي تضم عدداً كبيراً من الأفراد لمناقشة موضوع أو مسألة ما ، فعند كبر عدد الأعضاء يظهر إحتمال وجود شخص يحب الجدل فقط لمجرد الجدل ، والحديث من أجل الظهور أمام الآخرين بأنه متحدث جيد . وبالتالي فمحامي الشيطان هو : من يدافع عن رأي أو مسألة ما خاسرة أو لا نفع منها حباً في الجدل والنقاش ليس إلا .

94-Devolution of Authority نقل السلطة

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى نقل (تفويض) السلطة من الحكومة إلى الوحدات الإدارية في المحافظات والأقاليم أي إلى الإدارات المحلية والحكم المحلي .

95-Diagnostic Approach المدخل التشخيصي

أسلوب يعتمد على التحليل التفصيلي والدقيق من أجل صنع القرار المناسب ، فهو يعمل على جمع المعلومات عن البدائل المتاحة (مشكلة ، مسألة ، قرار ...الخ) ويقوم بتفتيتها إلى جزيئاتها لمعرفة المسببات وبكل ما يحيط بها ، هذا التشخيص يعطي رؤية واضحة لصانع القرار، فيعرف البديل الأفضل الذي سيتبناه.

96-Diagnosotic Approach of Human Resource Planning المدخل التشخيصي في تخطيط المورد البشري

أحد المداخل التي تستخدمها إدارة الموارد البشرية في تخطيط القوى العاملة في المنظمات لتحدد حاجتها من هذه الموارد للأجل الطويل ، بالإعتماد على أساليب كمية لتحديد أثر المتغيرات البيئية في توفير هذه الحاجة . ومن هذه المتغيرات ندرة المهارات ، نقص أعداد الشبان في سوق العمل ..الخ . والهدف من عملية التشخيص هو تحديد وفهم المشاكل التي تؤثر في تلبية حاجة المنظمة من المهارات البشرية ، وتحديد أسبابها ، والوصول إلى حل لها . ويعمل المدخل التشخيصي في ضوء إستراتيجية المنظمة وظروفها ، أي يعمل على توفير إحتياجات هذه الإستراتيجية من المهارات البشرية . وعليه يمكن القول بأن هذا المدخل يحقق الإتصال الوثيق بين إستراتيجية المنظمة وهيكل العمل فيها وتخطيط الموارد البشرية ، الذي يُنظر إليه على أنه إستجابة واقعية للتغيرات البيئية التي تتعامل معها إستراتيجية المنظمة ، من أجل توفير حاجتها من القوى العاملة دون وجود فائض لأن الفائض يرفع من تكلفة العمل ، ودون وجود نقص لأن النقص يؤثر في كفاية أعمالها سلباً .

97-Diagnostic Model for Training &Development Designing النموذج التشخيصي في تصميم التدريب و التنمية

ينظر هذا النموذج إلى التدريب والتنمية على أنهما نشاط تعليمي إستراتيجي مستمر ، يأخذ شكل إستراتيجية من أجل تلبية حاجات العمل من الكفاءات البشرية المتنوعة . ولتحقيق هذه الغاية يقوم هذا النموذج بتحديد هذه الحاجات وتشخيصها لمعرفة أسبابها وأثرها الإيجابي عند تلبيتها ، حيث في ضوء نتائج التشخيص تتحدد أهداف إستراتيجية التدريب والتنمية برؤية تحليلية واضحة ، التي على أساسها تتحدد برامج التدريب والتنمية اللازمة لتلبية هذه الإحتياجات المستقبلية من الكفاءات والمهارات البشرية ، وجعلها تتكيف وتتأقلم مع التغيرات البيئية المتوقعة .

98-Diagonal Communication — الإتصال القطري أو المنحرف أو المائل

سمي هذا الإتصال التنظيمي بالمائل أو المنحرف ، ذلك لأنه يتخطى التسلسل الرئاسي بين المستويات الإدارية داخل المنظمة ، ويتجسد بقيام رئيس أو مدير في مستوى الإدارة العليا بالاتصال مع رئيس في الإدارة المباشرة دون أن يمر إتصاله بمستوى الإدارة الوسطى . تنظيمياً لا ينصح باستخدام هذا النوع من الإتصال إلا في حالات الضرورة والمستعجلة ، لأنه يحدث فجوة في التسلسل الرئاسي وتنظيم السلطة عبر الهيكل التنظيمي ، فلا يعقل أن لا يعرف رئيس ما بصدور أمر أو توجيه لمرؤوسيه .

99-Diary Farm Perspective — وجهة نظر مزرعة الألبان اليومية

مفهوم أكدت عليه نظرية العلاقات الإنسانية ويشير إلى أن المزرعة التي تحتوي على أبقار راقية وذات سلالة جيدة وتم الإعتناء بها وبنظافتها وغذائها ستدر بلا شك يومياً حليباً وافراً ، وهذا ما ينطبق على العمال الذين إذا أحسن إختيارهم وحُفزوا بشكل جيد ، سيحدث ذلك رضا لديهم وسوف يعطونا أداءً وإنتاجية جيدة .

100-Dictaphon — جهاز الإتصال الكهربائي

جهاز إتصال شفهي مركزي موصول بشبكة داخلية فيها عدد من الخطوط موزعة على عدد من الغرف أو الأشخاص . بإمكان مستخدم المركز (المدير) أن يتصل بمن يريد على هذه الشبكة فور ضغطه على رقم المفتاح المخصص للشخص الذي يريد الإتصال به . يعد هذا الجهاز أحد أدوات الإتصال السريعة الداخلية التي تستخدم في المنظمات على إختلاف أنواعها.

101-Differentiated Marking Strategy — إستراتيجية التسويق المنوعة

إحدى الإستراتيجيات المستخدمة في مجال التسويق ، بموجبها تقرر المنظمة تسويق منتجها أو خدمتها إلى أكثر من شريحة من المستهلكين أو إلى أكثر من سوق فرعي ضمن سوق كلية ، حيث تصمم مزيجاً تسويقياً لكل قطاع أو شريحة ، والهدف من ذلك رفع رقم مبيعاتها وزيادة سيطرتها على السوق وبالتالي أرباحها . وتحتاج هذه الإستراتيجية إلى إمكانات وقدرات إنتاجية وتسويقية عالية .

102-Differntiation of Incentives — تباين الحوافز

تختلف الحوافز من حيث ثلاثة أبعاد هي ما يلي :

- إتجاهها : فهناك حوافز إيجابية تهدف إلى تشجيع وإثارة الفرد وحثه على عمل وسلوك مرغوب فيهما كالمكافآت المالية مثلاً . وسلبية الغاية منها إبعاد الفرد عن الأداء والسلوك غير المرغوب فيهما كالعقوبات .
- القوة : يقصد بالقوة قدرة الحافز على إثارة الدافعية الإنسانية ، والحافز القوي هو الذي يكون العائد منه عالياً ويتوافق مع الحاجة الموجودة لدى الإنسان .

- الإستمرارية : يقصد بها ديمومة قدرة الحافز على إثارة الدافعية ، وهذا مرتبط باستمرارية وجود الحاجة غير المشبعة ، مع الإشارة إلى أن الحاجة تزول عند إشباعها لكنها تعاود الظهور مرة ثانية . وهناك حاجات مستمرة مع طول الزمن كالحاجة للمال ، باعتباره وسيلة لإشباع العديد من الحاجات الإنسانية ، وكذلك الحاجة للسلطة والنفوذ لدى بعضهم .

103-Differentiation Strategy — إستراتيجية التميز

مضمونها هو سعي المنظمة لتمييز منتجها أو خدمتها بخاصية معينة تنفرد بها عن منتجات المنافسين المماثلة، وتسمى هذه الخاصية بالميزة التنافسية التي قد تكون بالسعر ، أو الجودة ، أو الخدمة بعد البيع ، أو الشكل الخارجي ... الخ ، وهذا بهدف كسب حصة سوقية أكبر .

104-Digital Planning — التخطيط الرقمي

هو أحد أركان الإدارة الرقمية ، الذي يتصف بخصائص تختلف عن التخطيط التقليدي المعروف، حيث يمكن تلخيص وتوضيح هذه الخصائص بما يلي :

- درجة عالية من لا مركزية الحصول على المعلومات والتشاركية فيها وعدم حصرها في جهة معينة.
- دفع التخطيط وصنع القرارات التخطيطية من المستويات الإدارية العليا للخط الإشرافي الأول .
- كل من يعمل في المنظمة مخطط ويحق له الحصول على المعلومات التي تفيده وتساعده .
- مرونة عالية في التخطيط .
- الحاضر هو الذي يصنع المستقبل .
- سرعة الإستجابة .
- يركز على التخطيط المتوسط والقصير الأجل ، بسبب سرعة التغيرات البيئية .
- درجة الثقة بالعاملين عالية .
- يحتاج إلى عاملين لديهم معرفة بالتقانة الرقمية .
- هناك تيار مستمر لجمع المعلومات عن ما يحدث في السوق .
- يقوم التخطيط على أساس ما يريده الزبون .

105-Dimensional Motion Control — وقت الحركة البُعدية

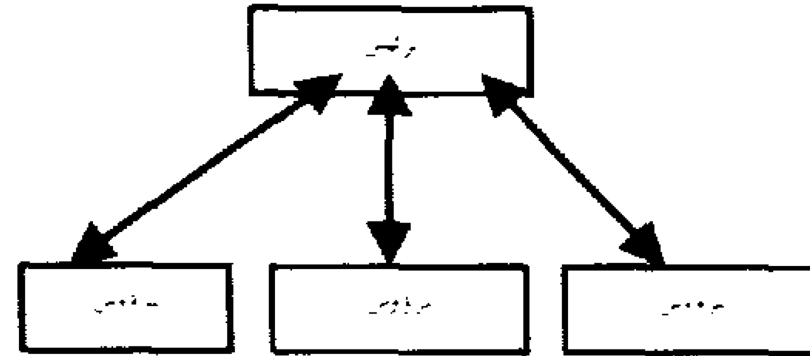
طريقة تستخدم في مجال تحليل الأعمال اليدوية ومعرفة الحركات اللازمة لتأديتها ، ومن ثم تحديد الزمن المعياري لكل حركة الذي يجب التقيد به من قبل من يؤدي هذه الأعمال .

106-Direct Compensation — التعويض المباشر

يمثل المبالغ النقدية التي تدفعها المنظمة للعاملين لديها لقاء المساهمات التي يقدمونها لها ، وسميت بالمباشرة لكون دفعها لهم مرتبط مباشرة بمستوى الأداء والجهد والنشاط المبذول من قبلهم في العمل . ويشتمل التعويض المباشر على : الراتب أو الأجر ، المكافآت المالية ، العلاوات ، الأجر الإضافي ، البدلات النقدية.

107-Direct Communication **إتصال مباشر**

هو الإتصال الرسمي الذي يتم بين الرئيس ومرؤوسيه مباشرة أو العكس وبدون وسيط ، كما هو موضح في الشكل التالي:



108-Direct Control **رقابة مباشرة**

قيام الشخص (مدير ، رئيس، مشرف...الخ) أو الجهة المسؤولة والمكلفة بالرقابة على العمل (عمال، آلات ، أموال ...الخ) بمتابعة الموقف المسؤول عن رقابته وتقييمه وذلك بشكل شخصي .

109-Direct Distribution **التوزيع المباشر**

يقصد به قيام المنتج بتسويق وبيع منتجه للمستهلك ، وذلك عن طريق إمتلاكه متاجر للبيع بالتجزئة . هذا النوع من التوزيع مستخدم عادة في الشركات التي تقوم بإنتاج سلع سريعة التلف كمنتجات الألبان، أو الملابس سريعة التغير في الموضة ، أو السلع التي تتطلب مجهوداً تسويقياً فائقاً . إذاً يخلق هذا النوع من التوزيع علاقة مباشرة بين المنتج والمستهلك .

110-Direct Distribution Channel **قناة توزيع مباشر**

قناة التوزيع أو التسويق كما يسميها بعضهم ، هي المسار الذي يمر فيه المنتوج من المنتج إلى المستهلك النهائي . وقناة التوزيع المباشر هي التي لا يوجد طرف وسيط بينهما .

111-Direct External Environment **بيئة خارجية مباشرة**

يسميها بعضهم بالبيئة التنافسية أو الصناعية القطاعية ، حيث تضم هذه البيئة مجموعة من المنظمات التي تعمل في نفس المجال الصناعي أو الخدمي ، وتستخدم نفس المدخلات ، وتنتج نفس المنتج أو الخدمة ، ولها نفس الزبائن .

112-Direct International Marketing **التسويق الدولي المباشر**

قيام المنشأة المنتجة للسلعة (أو الخدمة) بتسويق منتجها بنفسها في الأسواق العالمية ، وهذا يتطلب منها الإتصال بالزبائن والتفاوض معهم ، وتحديد السعر المناسب لبيع منتجها في الخارج ، والترويج له ، والقيام

بمهمة شحن المنتج وإيصال الكميات المباعة منه إلى المشترين في الوقت المحدد المتفق عليه ، ولا شك أن هذا التسويق الخارجي المباشر يحتاج إلى إمكانات كبيرة وواسعة .

113-Direct Interview مقابلة مباشرة

هي التي تتم وجهاً لوجه وتستخدم عادة في مجال البحوث والدراسات الميدانية لجمع المعلومات واستقصاء الآراء . وتتميز بأنها طريقة مباشرة في الحصول على المعلومات والرأي دون تحريف ، وتتصف بالمرونة كوسيلة لجمع المعلومات ، حيث يمكن للفرد الذي ينفذها أن يوجهها الوجهة التي يريدها ويستوضح بعض الأمور الغامضة في حالة وجودها مباشرة .

114-Direct Labor العمل المباشر

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Direct Manpower

اليد العاملة المباشرة

115-Direct Labor Cost تكلفة العمل المباشر

تمثل هذه التكلفة تكلفة اليد العاملة (رواتب وأجور ...الخ) التي تعمل على خطوط الإنتاج ، أي التي تسهم مباشرة في إنتاج السلعة .

116-Direct Leasing Loan قرض التأجير المباشر

هو أحد أنواع القروض التي تقدمها المصارف التجارية لمشاريع الأعمال ، حيث يقوم المصرف بشراء الأصول الثابتة ، ومن ثم يعمل على تأجيرها إلى المشروع الذي يحتاج إليها . في هذه الحالة يكون المصرف هو مالك هذه الأصول التي تعمل لدى المشروع ، وهو المسؤول عن إستهلاكها مع مرور الزمن .

117-Direct Mail البريد المباشر

إحدى وسائل الترويج التي تعتمد على إرسال رسائل بالبريد لأشخاص يحتمل أن يصبحوا زبائن، وتتضمن تعريفاً بالسلعة أو الخدمة التي يراد بيعها لهم ومزاياها وسعرها ...الخ . وتستخدم هذه الوسيلة كبديل عن وسائل الإعلان الأخرى والمقابلات الشخصية التي يجريها مندوبو المبيعات ، أو كوسيلة مكملة لها .

118-Direct Management الإدارة المباشرة

تمثل المستوى الإداري الثالث في الهيكل التنظيمي لأية منظمة ويسميها بعضهم بالإدارة الدنيا ، وسميت بالمباشرة لأنها تمثل خط التماس الأول مع قاعدة الهرم التنظيمي التي تضم العمال والمنفذين . وهذه الإدارة هي المسؤولة عن ترجمة إستراتيجية وخطط وأوامر الإدارة العليا إلى أرض الواقع والتنفيذ ، وهي المسؤولة أيضاً عن نقل المعلومات عن التنفيذ التي تسمى بتقارير الأداء للمستويات الإدارية الأعلى للإحاطة بها .

119-Direct Manpower **اليد العاملة المباشرة**

هي العمال الذين يؤدون أعمالاً أساسية وهامة في المنظمة ، كعمال مراقبة الجودة ، أو العمال الذين يقومون بتصنيع الأجزاء الأساسية في المنتج ، وهؤلاء يكون مستوى مهاراتهم عالية وهم العمال الدائمين .

120-Direct Manufacture Procurement **التموين عن طريق التصنيع المباشر**

سياسة تعتمدها المنظمة الصناعية ، بموجبها تقوم بإنتاج أو تصنيع أحد (أو أكثر) مستلزمات العمل فيها من المواد أو الأجزاء المصنعة ، لتضمن لنفسها إستمرارية توريد الصنف الذي يحتاج إليه العمل فيها . وتلجأ إلى إتباع هذه السياسة عندما يكون حجم الحاجة كبيراً ولا يمكن أن يغطيه الموردون ، أو لا تضمن المنظمة توفر مستوى الجودة المطلوبة في حالة شرائه من السوق ، أو أن الصنف ذي أهمية كبيرة وتخاف أن يُحتكر أو يباع لها بسعر عالي . على العموم يجب على المنظمة المفاضلة بين مزايا شراء الصنف من السوق أو تصنيعه من قبل المنظمة ، لتختار الأنسب لها وفق ظروفها .

121-Direct Marketing **التسويق المباشر**

قيام المنتج بالترويج وبيع منتجه للمستهلك الأخير دون وجود وسطاء ، حيث يعتمد على جهوده الذاتية لأجل هذه الغاية ، فعلاقة التوزيع والبيع والترويج مع الزبون هنا مباشرة .

122-Direct Material **مواد أولية مباشرة**

هي المواد التي تُستعمل في الإنتاج مباشرة وفي عملية التصنيع، فتصبح جزءاً من السلعة المنتجة .

123-Direct Material Cost **تكلفة المواد المباشرة**

تمثل تكلفة المواد التي تدخل في تصنيع وإنتاج السلعة ، سواء أكانت مواد أولية أو مواد خام .

124-Direct Pay-Quality Link System **نظام دفع التعويض المباشر المرتبط بالجودة**

نظام معاصر في دفع التعويضات المباشرة والحوافز المالية يتماشى مع الإتجاهات المعاصرة في مجالات الإقتصاد والإدارة والتسويق بشكل خاص . فبسبب المنافسة الشديدة التي أوجدتها العولمة وتحرير التجارة الدولية ، لم تعد المنظمات تعتمد على السعر فحسب كوسيلة أساسية لتسويق منتجاتها وإرضاء زبائنها وتقف في وجه المنافسة ، بل أصبحت تعتمد على الجودة لتحقيق الرضا لدى الزبون ، وبالتالي أصبحت الجودة هي هاجسها الأول وهدفها الإستراتيجي للبقاء . تماشياً مع ذلك راحت المنظمات تباعاً تربط أنظمة تعويضاتها المباشرة وحوافزها المالية بمدى تحقيق العاملين فيها للجودة التي تحدث الرضى لدى الزبائن، وهذا يعني أن هذه الأنظمة أصبحت مرتبطة بثلاثة متغيرات متتابعة متكاملة هي : جودة ← رضى الزبائن ← تعويضات مباشرة .

125-Direct-Response Marketing التسويق ذو الإستجابة المباشرة

أسلوب تسويقي يعمل على توفير الشراء المباشر والفوري للمستهلك ، الذي يمكنه شراء السلعة (أو الخدمة) بعد الإعلان عنها مباشرة في وسائل الإعلان (تلفاز ، راديو ، جريدة ، مجلة..الخ) ، أي عندما يشاهد أو يقرأ أو يسمع المستهلك الإعلان عن السلعة ، وإذا رغب بشرائها ، يمكنه مباشرة الإتصال (بالهاتف ، فاكس ، إنترنيت...الخ) بصاحب الإعلان وطلب شرائها منه .

126-Direct Selling البيع المباشر

قيام منتج السلعة (أو الخدمة) ببيع سلعته إلى المستهلك الأخير مباشرة أي بدون وسطاء . ويعتمد هـذا النوع من البيع على رجال بيع مدربين وأكفياء ، ويستخدم أساليب بيعية أهمها :

- زيارة رجل البيع للمكان المتواجد فيه المستهلك (منزله ، عمله) لبيعه المنتج .
- البيع عن طريق شبكة الإنترنيت .
- البيع عن طريق البريد .
- البيع عن طريق الهاتف .

127-Directed Interview المقابلة الموجهة

يتم تنفيذ هذا النوع من المقابلات ، بأن توضع أسئلة إرشادية تتضمن النقاط الأساسية التي يتوجب على منفذ المقابلة أن يتقيد بها كمرشد أو دليل مساعد له في تنفيذ المقابلة ، وما عداها يكون بإمكانه أن يضيف عليها أسئلة جديدة أو يوسع بعضها حسب ما يراه مناسباً . إذاً تعتبر الأسئلة الموضوعة مسبقاً بمثابة نقطة إنطلاق وموجه ومرشد في تنفيذ المقابلة .

128-Directing التوجيه

التوجيه هو إحدى وظائف الإدارة، وأحد مكونات العملية الإدارية ، ويتضمن الكيفية والأسس التي يمكن للمدير في أي مستوى إداري أن يتبعها في توجيه عمل مرؤوسيه ، بشكل جيد وباتجاه الأهداف المطلوبة في ظل تحقيق التعاون بينهم ، وجعلهم يحبونه ويطيعون أوامره وتعليماته عن رغبة وإقتناع ، وتوفير الحوافز المناسبة ليبذلوا جهودهم ، وجعلهم يشعرون بحب العمل والإنتماء إلى المنظمة . وعليه فالتوجيه يسعى إلى توفير بيئة عمل نفسية ومادية مناسبة ، فهو عمل مستمر طالما أن العمل في حالة تنفيذ . فالمدير يواجه المشكلات ، ويحلها ، ويوجه مرؤوسيه ، لتطبيق الحل وتقويم الإنحراف ، وتحقيق التعاون ، ودعم روح العمل الجماعي والفريق ، بما يحقق الأهداف والرضى لدى المرؤوسين ، فالتوجيه الجيد إذاً هو دعامة أساسية لنجاح التخطيط . يتضح من التعريف السابق أن وظيفة التوجيه تعتمد في تحقيق أهدافها المشار إليها أعلاه على أربعة أركان أساسية هي : توفير القيادة الإدارية ، والحفز الإنساني المناسب ، ثم توفر

إتصالات فعالة تسمح بعملية التفاعل بين أجزاء المنظمة والأفراد بداخلها ، وأخيراً فهم السلوك التنظيمي للعاملين داخل المنظمة .

129-Directing Committee-Business Re-engineering — **لجنة التوجيه في إعادة هندسة الأعمال**

لجنة يتكون أعضاؤها من كبار المديرين في المنظمة ، يمارسون مهمة وضع إستراتيجية إعادة هندسة العمل فيها وحل المشاكل التي تواجه إعادة هندسة عملياتها ، التي لا تتمكن الفرق المعنية بهذا الأمر من حلها . كما تقوم بمراقبة وتنسيق كافة جهود إعادة الهندسة التي تتم في المنظمة أو المشروع .

130-Disablement Pension — **معاش(راتب) العجز عن العمل**

مبلغ من المال تدفعه المنشأة للعامل أو الموظف الذي حدثت له إصابة أو مرض أثناء أداء عمله حالت دون مقدرته على العمل .

131-Diciplinary Authority — **السلطة التأديبية**

هي الجهة المختصة وصاحبة الصلاحية في إصدار القرار التأديبي بحق العاملين المرتكبين لمخالفات مسلكية (المخالفة لقواعد العمل) داخل المنظمة .

132-Discipline Action — **التصرف التأديبي**

يمثل العقوبة وإجراءاتها التي تتخذ بحق العاملين الذين يخالفون القواعد الناظمة لسير العمل داخل المنظمة، وذلك منذ وقوع المخالفة وحتى فرض العقوبة وتنفيذها .

133-Discipline at Work — **الإنضباط في العمل**

الإلتزام بسياسات وقرارات وقواعد وإجراءات العمل من قبل العاملين في المنظمة ، وذلك في أداء الأعمال الموكلة إليهم وفي سلوكاتهم في مكان العمل أيضاً .

134-Discipline System — **النظام التأديبي**

ويسميه بعضهم بالحوافز السلبية ، ويتضمن مجموعة من القواعد التي يتوجب التقييد بها من قبل جميع العاملين في المنظمة أثناء تأديتهم لأعمالهم وفي سلوكاتهم وتصرفاتهم فيها . ويتضمن أيضاً مجموعة من العقوبات تفرض بحق كل من يخالفها ، حيث يكون لكل قاعدة عقوبة لكل من يخالفها . وتتدرج العقوبات من الخفيفة للشديدة وذلك تبعاً لجسامة المخالفة . وعليه فالنظام التأديبي هو وسيلة لضبط العمل والسلوك وليس هدفاً بحد ذاته .

135-Discipline Without Punishment — **نظام تأديبي بدون عقوبة**

فرض عقوبة بحق المخالف لقواعد العمل في المنظمة وفتح المجال أمامه لأن يمحوها بعد إنقضاء فترة من الزمن ، في ما إذا أثبت إلتزامه بهذه القواعد ولم يخالفها ثانية ، مع الإشارة إلى أنه في حالة مخالفتها من قبله ثانية بعد محو عقوبته ، تفرض بحقه عقوبة أشد ، ولا تكون في هذه الحالة قابلة للمحو .

136-Discount Coupons — **كوبونات (إيصالات) الخصم**

إحدى وسائل الترويج وتنشيط المبيعات التي تستخدمها المحلات التجارية والكبيرة منها بشكل خاص ، حيث تمنح لزبائنها إيصالاً يُمكنهم الحصول على خصم مالي محدد ولفترة زمنية محددة على إجمالي مشترياتهم منها ، وذلك من أجل تشجيعهم للحصول عليه والشراء بهذا الخصم ، مما يؤدي إلى رفع رقم مبيعاتها .

137-Discount of Commercial Paper — **خصم الورقة التجارية**

عملية شراء ورقة تجارية آجلة بقيمتها الحالية قبل موعد إستحقاقها (القيمة الإسمية مطروح منها الفائدة والعمولة) .

138-Discount House — **بيت الخصم**

مؤسسة للبيع بالمفرق تمنح الجمهور المشتري للسلع المعروضة لديها جزءاً من الحسم التجاري الذي تتقاضاه من المنتج أو من تجار الجملة ، على صورة تخفيض في أسعار بيعها لهذه السلع . كما تقدم لهم خدمات أخرى بأسعار مخفضة. ويعوض الربح القليل كمية المبيعات الكبيرة لديها بسبب إنخفاض أسعارها، وبالتالي فمعدل دوران البضاعة لديها مرتفع ، ويسمي بعضهم هذه البيوت بالثوار في ميدان تجارة التجزئة.

139-Dicounted Bill of Exchange — **الكمبيالة المخصومة**

هي الورقة التجارية التي قام المصرف بشرائها قبل تاريخ إستحقاقها ، وذلك مقابل دفع قيمتها الحالية لمالكها . والقيمة الحالية هي : قيمة الورقة التجارية مخصوم منها (مطروح) الفوائد والعمولات .

140-Discrepancy Theory of Job Satisfaction — **نظرية التباين أو الإختلاف في الرضى الوظيفي**

إحدى النظريات التي تفسر ظاهرة الرضا الوظيفي لدى العاملين في المنظمات ، حيث توضح أن مسببات الرضا متباينة من شخص لآخر حسب نوعية الحاجة وإلحاحها ، والمستوى التعليمي والثقافي ، والتجارب الماضية، والخبرة ، والمعتقدات ، والآراء ، والإتجاهات ، والقيم . هذه الفروق الفردية بين العاملين تجعل مستوى الرضى مختلف ومتفاوت من شخص لآخر في نفس مكان العمل ونفس ظروفه ومناخه الإجتماعي والنفسي والمادي .

141-Discrepancies of Credit — **الإختلافات المستندية**

هي عدم مطابقة المستندات المقدمة للمصرف لشروط الإعتماد المستندي .

142-Discrimination of Employees التمييز بين العاملين

حالة تحدث عند الخروج عن قاعدة المساواة في معاملة المنظمة للعاملين لديها ، أو في معاملة الرؤساء لمرؤوسيهم ، فالخروج يعني وجود تباين وتحيز في المعاملة سواء أكان التحيز إيجابياً أو كان سلبياً . فقاعدة المساواة تقول بأن المعاملة يجب أن تكون واحدة للجميع إذا كانوا متساوين من حيث الموقف (الكفاءة ، حسن السلوك أو الإلتزام ...الخ) .

143-Disguised Unemployment بطالة مقنعة

مصطلح يطلق على العمالة أو قوة العمل التي لا يتم تشغيلها والإستفادة منها بكامل إمكاناتها خلال ساعات وأيام العمل الرسمية ، فالموظف الحكومي الذي ينهي عمله المكلف به خلال ثلاث ساعات ويجلس بدون عمل باقي ساعات العمل الرسمي ، فهذا مؤشر على وجود بطالة مقنعة لديه . إذاً تحدث البطالة المقنعة عندما يكون عبء أو حجم العمل أقل من قوة العمل ، فإذا كان لدينا مثلاً مهمة تحتاج إلى ثلاثة أشخاص لإنجازها ، وكان لدينا فعلياً خمس أشخاص معينين لأدائها ، إذاً يكون لدينا بطانة مقنعة في هذه الحالة شخصان . ويمكن القول أن الأجهزة الحكومية في البلدان النامية تعاني من هذه الظاهرة ، بسبب إلتزام العديد منها بتوفير فرص عمل للمواطنين فيها .

144-Dispatching التشهيل

مصطلح يستخدم في مجال إدارة الإنتاج والعمليات ويشتمل على الجوانب التالية:

- إعداد وإصدار وتوفير المواد والأدوات اللازمة للإنتاج وفي أماكن إستخدامها .
- الأمر ببدء تنفيذ أوامر الإنتاج طبقاً للمسار المحدد ، وفي الأوقات التي حددها جدولة الإنتاج، وإصدار الأوامر والتعليمات اللازمة لأداء العمل .
- تحريك العمل من مرحلة إنتاج إلى المراحل التالية .
- الرقابة على تقدم المواد عند كل عملية ، والعمل على الضبط اللازم لجدول التشغيل ، وتوزيع العمل عندما تتغير الظروف أو عندما تحدث تغيرات غير متوقعة .
- تسجيل المعلومات الخاصة بمدى توافق التنفيذ مع الخطة الموضوعة ، وعمل تقارير عن الملاحظات التي تتعلق بالإستخدام الكفؤ للآلات واليد العاملة والمواد .

145-Disply Windows نوافذ العرض

هي واجهة المحلات التجارية التي يمكن تصميمها بشكل فني (ديكور) يُعرض فيها السلع (ملابس، أحذية، عطورات ، أدوات كهربائية منزلية ...الخ) بطريقة ملفتة للنظر، بالإعتماد على الإضاءة والألوان وشكل العرض ، بشكل تجذب إنتباه المارة ليقفوا ويشاهدوا ما هو معروض فيها. وبالتالي فواجهات العرض ، هي

رسالة إعلانية للمشتري المار المحتمل أوالداخل إلى المحل التجاري. وواجهات العرض يجب تغييرها بين الحين والآخر ، لكي لا يثبت شكل معين في ذهن الزبون المار ، فلا تعود تجذب إنتباهه .

146-Disposal Income of Consumer **دخل المستهلك المتاح للشراء**

هو حجم المال المتاح لدى المستهلك لينفق منه لمقابلة مستلزمات حياته من المصاريف وأبواب الإنفاق المختلفة . ويحسب هذا الدخل عن طريق الإيراد الذي حققه المستهلك في فترة زمنية ، مطروحاً منه الضريبة وإدخاراته .

147-Distinctive Organizational Competence **الكفاءة التنظيمية المتميزة**

مجموعة الخصائص التنظيمية التي تنفرد وتتميز بها منظمة ما عن المنظمات الأخرى المشابهة والمنافسة لها والتي تعمل في نفس المجال مثل: الثقافة التنظيمية ، رسالة المنظمة ، أساليب العمل ، الولاء التنظيمي لدى العاملين ... الخ .

148-Distributer Brand **علامة الموزع التجارية**

إسم ، أو رمز ، أو علامة تجارية يصممها الموزع ، ليميز بها نفسه في توزيع المنتجات التي يقوم بتوزيعها أو التعامل معها، وذلك عن باقي الموزعين .

149-Distribution **التوزيع**

هو أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يشمل جميع الأعمال والأنشطة التي تُعنى بحركة إنتقال السلعة من المنتج إلى المستهلك الأخير ، وبالتالي فهو يشمل القنوات التسويقية أو البيعية التي تمر فيها السلعة في طريقها من منتجها إلى مستهلكها الأخير كتجار الجملة والمفرق والوكلاء...الخ .

150-Distribution Channel **قناة توزيع**

يسميها بعضهم بقناة التسويق وتعبر عن الطريق الذي تسلكه السلعة من المنتج حتى المستهلك الصناعي أو المستهلك الأخير ، ومنافذ التوزيع متعددة منها على سبيل المثال :

- منتج ← مستهلك .
- منتج ← تاجر تجزئة ← مستهلك .
- منتج ← تاجر جملة ← تاجر تجزئة ← مستهلك .
- منتج ← وكيل وسيط ← تاجر جملة ← تاجر تجزئة ← مستهلك .

وتجدر الإشارة إلى أن هناك قنوات توزيع للسلع الصناعية ، وقنوات توزيع للسلع الإستهلاكية .

151-Distribution Channels Research **بحوث منافذ التوزيع**

قناة التوزيع أو التسويق كما يسميها بعضهم ، هي الممر أو الحلقات التي تمر من خلالها السلعة من منتجها حتى المستهلك الأخير . فبالتالي فبحوث منافذ التوزيع هي : دراسة ميدانية تقوم بها إدارة التسويق لدى المنتج ، لتقييم قنوات التوزيع المتاحة ، والمفاضلة بينها في ضوء مزايا ومآخذ كل منها، لإختيار أنسبها بشكل تتوافق قناة التوزيع مع ظروف المنتج من جهة ، وطبيعة السلعة من جهة ثانية .

152-Distribution Channels Structure **هيكل قنوات التوزيع**

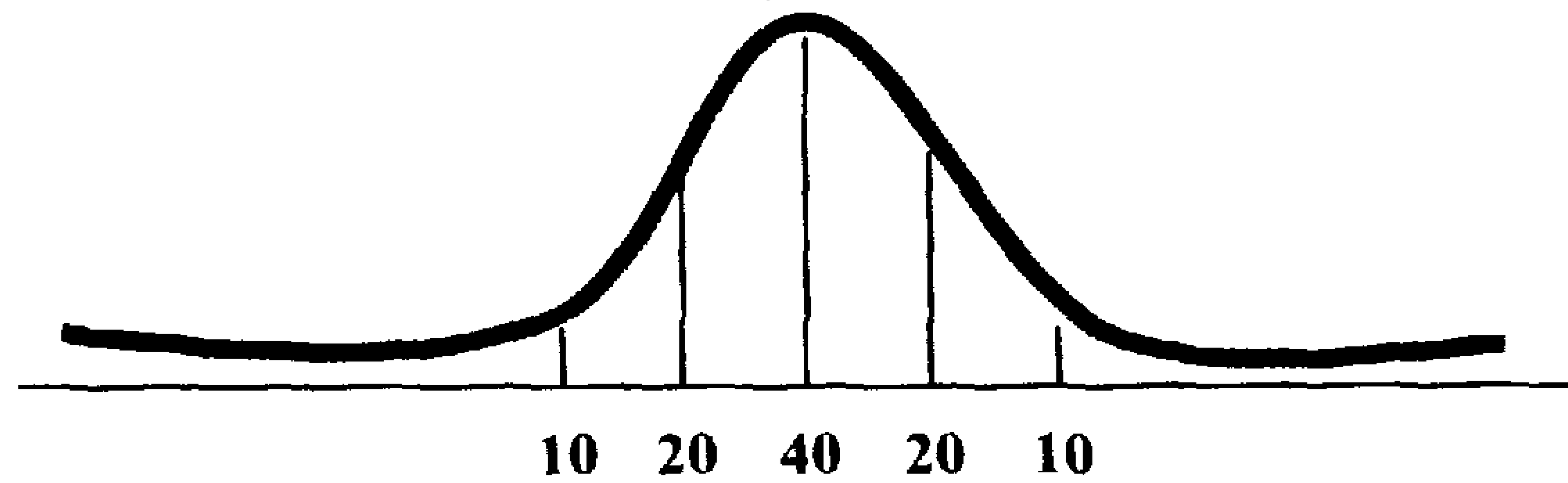
ويسميها بعضهم بهيكل الوسطاء (تجار جملة ومفرق ووكلاء) ، الذين يمثلون مجموعة المنشآت التي يعتمد عليها المنتج في تسويق منتجه .

153-Distribution Intensity **كثافة التوزيع**

مصطلح يستخدم في مجال التسويق ويعبر عن نطاق توزيع السلعة في السوق. فعندما تـوزع السلعة في مناطق جغرافية كثيرة وفي العديد من متاجر الجملة والتجزئة ، فهذا يعني توزيع كثيف للسلعة . وتستخدم كثافة التوزيع بشكل خاص مع السلع الإستهلاكية .

154-Distributional Rating Error **الخطأ التوزيعي في التقييم**

خطأ يقع فيه المقيمون في عمليات التقييم بوجه عام وتقييم أداء الموارد البشرية في المنظمات بوجه خاص، حيث لا يتقيدون بمنحى التوزيع الطبيعي لظواهر الطبيعة . ومضمون هذا الخطأ أن المقيم يركز تقييمه للمفردات التي يقيمها (أشخاص، أشياء) حول تقدير أو قيمة معينة ، كأن يركز على تقييم ضعيف أو متوسط أو جيد...الخ ، فهذا لا يجوز من وجهة نظر التوزيع الطبيعي الإحصائية التي تفيد : أن قيم أي ظاهرة أو توزيعها التكراري تتركز بقيمة قدرها 40% عند الوسط ، ثم تتشتت بقيم أو توزيعات تكرارية متوازنة إيجاباً وسلباً عن القيمة الوسط كما في الشكل التالي :



155-Diversification of Loans **تنويع القروض**

التنويع هنا هو إحدى الطرق التي تستخدمها المصارف للحد من مخاطر عدم سداد القروض ، وبالتالي تقضي هذه الإستراتيجية عدم منح المصرف لنوع معين من القروض فقط ، كأن يمنح قروضاً زراعية مثلاً، فإذا جاء موسم زراعي سيء ، معنى ذلك وجود إحتمال كبير لعدم قدرة عدد كبير من المزارعين على سداد إلتزاماتهم ، مما يوقعه في أزمة مالية .

156-Diversification of Purchasing Sources **تنوع مصادر الشراء**

سياسة شراء تتبعها المنظمات بوجه عام والصناعية بشكل خاص ، مفادها أن تشتري المنظمة إحتياجات العمل فيها من مواد وأجزاء مصنعة..الخ ، من عدة موردين أو مصادر توريد في السوق ، وعدم الإعتماد على مورد واحد . والغاية من ذلك منع خطورة الإعتماد على مورد واحد ، الذي يمكن أن يتحكم بشروط البيع ، أو أن يفشل في توريد حاجة المنظمة لأي سبب كان .

157-Diversification Strategy **إستراتيجية التنويع**

إحدى الإستراتيجيات المستخدمة في مجال الإدارة الإستراتيجية في المنظمات، وتقوم على أساس توسيع نشاط المنظمة المستقبلي (نمو) عن طريق توظيف إستثمارات جديدة لإنتاج تشكيلة من السلع (أو الخدمات) . وتستخدم في : حالة الإزدهار الإقتصادي وزيادة الطلب على السلع والخدمات . وتهدف إلى كسب حصة أكبر من السوق عن طريق تلبية حاجات شرائح أكثر من المستهلكين ، والحد من خطر الإعتماد على منتج واحد أو سلعة واحدة . ويكون التنويع باتجاهين: الأول إنتاج سلعة ومستلزماتها أي تكامل ، والثاني إنتاج سلع غير متكاملة متنوعة .

158-Diversity of Human Resources at Workplace **إختلافية الموارد البشرية في مكان العمل**

يعبر هذا المصطلح عن الفروقات الفردية الموجودة بين أفراد القوى العاملة داخل المنظمة وتتمثل بالعمر، الجنس ، مكان الولادة ، الديانة ، الإنتماء السياسي ، العرق ، اللون ، عضوية النقابة ...الخ . هذه الإختلافات تحدث تبايناً في حاجات ورغبات وإتجاهات العاملين داخل المنظمة الواحدة ، وقد تسبب في بعض الأحيان صراعات داخلية تفكك عرى التعاون فيها ، لذلك يستوجب الأمر مراعاتها وإدارتها . وتبرز هذه المسألة بشكل خاص في منظمات الولايات المتحدة الأمريكية ، لأن الشعب الأمريكي كما هو معروف خليط ومزيج مركب من الجنسيات التي تحمل كل منها فروقات ، وكذلك في دول الخليج العربي التي يعمل فيها موارد بشرية من دول مختلفة .

159-Diverstiture Strategy **إستراتيجية التفكيك**

يشير مضمون هذه الإستراتيجية إلى قيام شركة كبيرة تمتلك عدة وحدات أعمال وخطوط إنتاج ، ببيع إحداها أو أكثر. إن الدافع من وراء هذه الإستراتيجية هو دافع إيجابي وليس سلبياً ، والغاية هو توفير الأموال اللازمة للتوسع في مجالات أعمال أخرى تدر أرباحاً أكثر ، وإعادة الشركة تنظيم نفسها من جديد بما ينسجم مع توجهاتها المستقبلية ، وبالتالي فالتفكيك لا يعني الإفلاس .

160-Divestment Strategy **إستراتيجية التجريد**

يحمل مصطلح التجريد هنا معنى الإلغاء لجزء من نشاط المنظمة بعد التأكد من عدم جدواه الإقتصادية ، حيث بقاءه سيسبب لها مشاكل ويحملها أعباء مالية تعيق مسيرتها المستقبلية مثال على ذلك : إيقاف إنتاج

سلعة معينة أو عدم التعامل مع سوق معين . ولا يتخذ قرار الإلغاء أو التجريد إلا بعد دراسة وتخطيط وتحضير. فمثلاً يجب توفير قطع الغيار والصيانة للزبائن الذين سبق لهم شراء المنتج الذي تم إلغاءه وذلك لفترة زمنية محددة ، وأيضاً كيفية بيع الآلات والمواد الأولية الموجودة ، وتسريح العمال ...الخ .

161-Division of Work **تقسيم العمل**

تجزئة العمل الواحد إلى جزئياته أو إلى خطوات يجري أداؤها أوتنفيذها بشكل متسلسل ومتكامل ضمن نقطة بداية ونهاية . ويؤدي الجزئية الواحدة إما شخص واحد أو أكثر أو قسم ...الخ ، وذلك حسب عبء وحجم العمل الملقى على عاتق العمل ككل وعلى كل جزئية. وتجدر الإشارة إلى أن تقسيم العمل يمكن أن يتم على مستوى المنظمة ككل ، أو على مستوى الوحدة الإدارية الواحدة ، أو العمل الواحد . ويعتبر تقسيم العمل أحد مبادئ الإدارة والتنظيم وضعه العالم الإقتصادي آدم سميث Adam Smith وطبقه في مصنع لصناعة الدبابيس في القرن التاسع عشر، ومازال مطبقاً حتى الآن .

162-Divide and Rule **فرق تَسُدْ**

إعتقاد خاطئ لدى بعض الرؤساء والمديرين ، الذين يؤمنون بفكرة خاطئة تقول : إذا تمكن الرئيس من زرع التفرقة بين مرؤوسيه ، يضمن في هذه الحالة عدم إمكانيتهم تحقيق الإتفاق فيما بينهم للعمل ضده ، وبالتالي يسهل عليه في هذا الوضع إدارالهم .

163-Dividend of Stock **ربح السهم**

يشير معنى الربح هنا إلى حصة السهم الواحد من الأرباح الموزعة على المساهمين .

164-Docket **صحيفة بيان**

مصطلح أو تسمية تطلق بشكل عام على بطاقات الصناديق وإستمارات الطلبات المستعجلة في المخازن ، وبطاقات تسجيل وغير ذلك .

165-Documentary Credit **الإعتماد المستندي**

أية تعليمات أيا كان إسمها أو وصفها، يتعهد المصرف فاتح الإعتماد بموجبها وبناءً على طلب العميل فاتح الإعتماد ووفقاً لتعليماته ، بأن يدفع إلى طرف ثالث وهو المستفيد أو لأمره مبلغاً من المال ، عند تنفيذ المستفيد شروط وتعليمات أو تسليم مستندات معينة لفاتح الإعتماد .

166- Documentary Credit Annex **ملحق خطاب الإعتماد المستندي**

يتضمن هذا الملحق التعليمات أو البيانات الخاصة التي تكون ملحقة بخطاب الإعتماد المستندي المصرفي ، وتشكل جزءاً متمماً له ، ويشار إليها في ذات خطاب الإعتماد .

167-Documentary Draft **كمبيالة مستندية**

ويسميها بعضهم بالسحب المستندي ، وهي عبارة عن أمر دفع مرفق بمستندات موجه من مُصدر بضاعة إلى مستوردها بدفع قيمتها .

168-Documentation التوثيق

عملية يتم بموجبها تسجيل المعلومات ، أو المعاملات ...الخ وإعطائها أرقاماً وتواريخ معينة ، وحفظها وتوفيرها بشكل سهل وسريع عند الحاجة إليها .

169-Dollarism الدولرة

يقصد بها إقدام دولة ما على إستخدام الدولار الأمريكي عوضاً عن عملتها المحلية ، والغاية من ذلك تجنيب إقتصاد البلد الإرتفاع العام في الأسعار الذي يتجاوز معدل الإرتفاع الحاصل في الولايات المتحدة الأمريكية ، فإذا كان معدل التضخم في الولايات المتحدة 3% مثلاً، فإنه سيكون في البلد المدولر 3% تقريباً، وبالتالي يتخلص إقتصاد البلد من مشكلة تحقيق إستقرار أسعار صرف عملته المحلية مقابل العملات الأخرى .

170-Dominate Personality الشخصية المسيطرة

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف:

Dominance Need

الحاجة للسيطرة

171-Dominance Need حاجة السيطرة

تعبر هذه الحاجة عن حب ورغبة الشخص في التحكم بالآخرين وبمصيرهم ، فالشخص الذي لديه هذه الحاجة ، تراه يصرف الجهد والتفكير للحصول على السلطة التي تمكنه من ذلك ، ويعتبرها وسيلة للنجاح، مثل هؤلاء الأشخاص لا يعطون إهتماماً لدفء وحسن العلاقة مع الآخرين ، ولا يهمهم رضاهم عنهم ، وإذا إستلموا منصباً إدارياً ، فهم ميالون لأن يصبحوا ديكتاتوريين في العمل والإشراف على مرؤوسيهم . ويتمتع صاحب هذه الحاجة بالإستقلالية والنزعة الأنانية ، فصفة الأنا عالية جداً لديه ، ويقاوم التفوق عليه ولا يحب الخسارة أو الهزيمة .

172-Door-to-Door Selesmen رجال بيع المنازل

أحد أساليب البيع المباشر التي يعتمد عليها المنتجون للسلع والخدمات ، الذين يقومون ببيع منتجهم للمستهلك الأخير أو الزبون مباشرة دون وسطاء . حيث يقوم رجل البيع أو مندوب مبيعات الشركة بزيارة الزبائن في منازلهم ، لعرض السلعة عليهم وشرح مزاياها وكيفية إستخدامها...الخ ، وإقناعهم بشرائها .

173-Dormant Account — الحساب المصرفي الساكن

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Inactive Account

حساب مصرفي غير نشط

174-Doubtful Loans — القروض المشكوك فيها

هي القروض التي تمنحها المصارف للغير بدون ضمان ، حيث تكون درجة المخاطرة المصاحبة لها بعدم سدادها من المقترض عالية ، وتكون عادة بسعر فائدة عالي .

175-Dow-Jones Average Theory — نظرية داو جونز الخاصة بالأوراق المالية

صاحب هذه النظرية الأمريكي"Chatles H.Dow " الخاصة باستثمار الأوراق المالية في بورصة نيويورك وتتلخص فكرتها بما يلي : إن مستوى أسعار الأوراق المالية العام يرتفع وينخفض مع الدورة الإقتصادية على شكل موجات البحر ، وأن حركة الأسعار هذه تستمر في إتجاهها حتى يظهر على ما يدل على إحتمال تغيير الأسعار .

176-Down Payment — مقدم الثمن

مبلغ من المال يدفعه المشتري للبائع ويمثل جزءاً من قيمة البضاعة التي يريد شراءها منه ، على أن يسدد باقي قيمتها لاحقاً ، وبالتالي يمكن القول بأن هذا المقدم هو بمثابة حجز للبضاعة التي قام بشرائها المشتري من البائع ، الذي لا يمكنه التصرف بها أو بيعها لمشتري آخر. ويحدد البائع عادة فترة زمنية لسريان هذا الحجز ، فإذا لم يسدد المشتري باقي قيمة البضاعة له ، يفقد المشتري هذا المقدم ، ويمكن للبائع أن يبيع البضاعة لشخص آخر .

177-Downsizing of Manpower — تخفيض القوى العاملة في المنظمة

سياسة تتبعها المنظمات تقوم من خلالها بتسريح جزء من قوتها العاملة الفائضة عن حاجتها بسبب إجراء تعديلات على نشاطها للتكيف مع المتغيرات البيئية المحيطة بها، كتقليص حجم الإنتاج بسبب شدة المنافسة، أو تخفيض تكلفة العمل من أجل تخفيض تكلفة المنتج وتقوية المركز التنافسي السعري ... الخ . ويتم التخفيض والإستغناء عادة للقوى العاملة التي لم تعد المنظمة بحاجة لمهارتها أو العمالة النصف ماهرة .

178-Down Time — وقت العَطَلة

الزمن الذي يتوقف فيه العامل أو الموظف عن العمل ليس بسببه بل بسبب توقف الآلة أو خط الإنتاج ... الخ عن العمل ، إما بسبب عطل فني ، أو إنقطاع التيار الكهربائي ، أو إعادة تجهيزالآلة ...الخ .

179- Downwards Communication — الإتصال الهابط أو النازل

إتصال رسمي يحدث داخل المنظمات عبر هياكلها التنظيمية ويأخذ شكل شبكة إتصالات عمودية رأسية ينقل من خلالها الأوامر والتوجيهات من الرؤساء للمرؤوسين حيث تصدر من مستوى إداري أعلى إلى مستوى إداري أدنى ، وبالتالي فهو يربط المستويات الإدارية بعضها ببعض من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته .

المسحوب عليه **180-Drawee**

هو الشخص أو المصرف الذي يكون السند المالي مسحوباً عليه .

قبول المسحوب عليه **181-Drawee Acceptance**

تعهد المسحوب عليه السند ، بأداء قيمة السحب أو السند في موعد الإستحقاق .

الساحب **182-Drawer**

هو الشخص الآمر بدفع قيمة الشيك ، أو ساحب السند المالي .

إستراتيجية المُنْتَج الساقط **183-Drop Product Strategy**

المنتج الساقط أو الهابط كما يسميه بعضهم ، هو السلعة التي لم يعد بمقدورها منافسة السلع الأخرى ، حيث هناك إنخفاض مستمر في رقم مبيعاتها والإستمرار في إنتاجها يشكل خطراً على أرباح الشركة التي تنتجها . وتتضمن هذه الإستراتيجية تقرير الحلول المناسبة للتعامل مع هذا الموقف ، حيث يكون هناك في العادة عدة حلول يجب صنع قرارات بشأنها أهمها :

- إيقاف المنتج بشكل تدريجي .
- إيقاف المنتج بشكل فوري .
- إيقاف الترويج بشكل نهائي أو تدريجي .
- كيفية تصريف المخزون بسرعة (تخفيض السعر مثلاً) .
- هل ستنتج الشركة قطع الغيار بعد إيقاف المنتج أم لا ؟

الترقية الجافة **184-Dry Promotion**

هي التي لا يصاحبها زيادة في راتب المرقى ، ويحدث ذلك عندما تكون درجة المترقي الوظيفية أقل من الدرجة المطلوبة لشغل الوظيفة التي ستتم الترقية إليها . هذا النوع من الترقية إستثنائي ، ويحدث في حالة عدم وجود شخص ذو كفاءة ومؤهل لشغل الوظيفة الجديدة ممن هم في نفس الدرجة المحددة للوظيفة التي ستتم الترقية إليها .

إزدواجية الأمر **185-Dual Command**

أنظر المعنى في المصطلح المعاكس :

186-Dual Control System **نظام الرقابة المزدوجة**

يقوم هذا النظام على أساس التأكد من صحة العمل وفق المعيار (أو المعايير) المطلوب مرتين ومن قبل شخصين أو جهتين مستقلتين ، من أجل ضمان صحة ودقة تنفيذ المطلوب أداءه أو تنفيذه .

187-Dual-Ladder Carrer Path **مسار السلم الوظيفي الثنائي**

المسار أو السلم الوظيفي هو الوظائف المحتمل أن يترقى إليها الموظف خلال حياته الوظيفية في المنظمة التي يعمل فيها . بعض المنظمات التي تكون طبيعة عملها فنية حيث يكون لديها نسبة كبيرة من المهندسين والمبرمجين والباحثين .. الخ ، تلجأ إلى إستخدام مسارين أوسلمين للترقية الوظيفية . الأول ويكون مساراً فنياً قصيراً ، حيث يترقى ويتدرج الفني فيه ويصل إلى نهايته سريعاً بسبب قلة عدد الوظائف الواقعة عليه . والثاني مسار إداري وهو أطول يمكن للفني الموظف الوصول إلى وظائف إدارية عليا ، فالفني الذي لديه طموح وإمكانات إدارية ، يمكنه أن ينتقل إلى المسار الإداري ، بعد أن يبلغ نهاية المسار الفني .

188-Dual Loyalty of Employees **ولاء العاملين المزدوج**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى أن لدى العاملين في المنظمات عادة ولاءين ينتج عنهما إلتزامين لجهتين . الأول الولاء للمنظمة التي يعملون فيها وينتج من خلال ما تقدمه لهم من حوافز مالية ومعنوية وفكرية يشبعون بها حاجاتهم المختلفة . الثاني ولاءهم للنقابة التي تحقق لهم مكاسب متنوعة من خلال مفاوضاتها مع المنظمة ، وهذه المكاسب تكون إضافة لما تقدمه المنظمة لهم من حوافز ، وهي تمنح النقابة القوة مما يزيد من ولاء العاملين لها .

189-Dual Office Job Holding **الإحتفاظ بوظيفتين بوقت واحد**

عند الضرورة ولأسباب معينة كغياب موظف عن عمله لفترة زمنية ، أو أن هناك وظيفة خالية لم يعين فيها أحد ، تلجأ المنظمات بأن تجعل أحد موظفيها يشغل الوظيفة الخالية إلى جانب وظيفته الأصلية . ويستخدم هذا الأسلوب في الوظائف المكتبية والإدارية ولفترة زمنية قصيرة وليست طويلة ، لأنها تشكل عبءاً على الموظف الذي يقوم بأداء وظيفتين معاً .

190-Dual Purpose **ثنائي الغرض او الهدف**

طريقة أو أسلوب أو إجراء أو قرار ...الخ يحمل في طياته أو طياتها غرضين يراد تحقيقهما من وراء التطبيق .

191-Due From Banks **المستحق على المصارف**

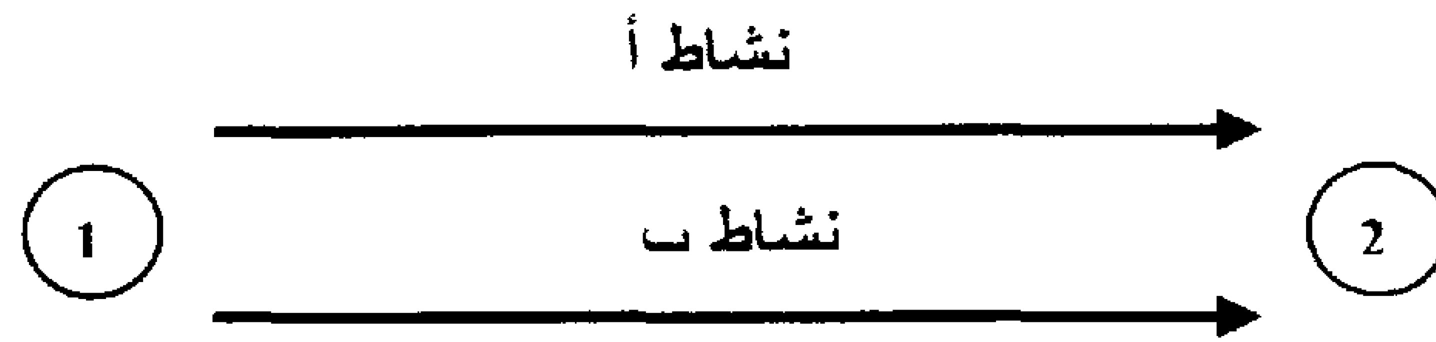
بعضهم يترجم هذا المصطلح إلى المصارف المدينة ، وهو مجموع المبالغ المستحقة لمصرف دائن على المصارف الأخرى ، كما تظهرها دفاتره المحاسبية .

192-Due to Banks المستحق للمصارف

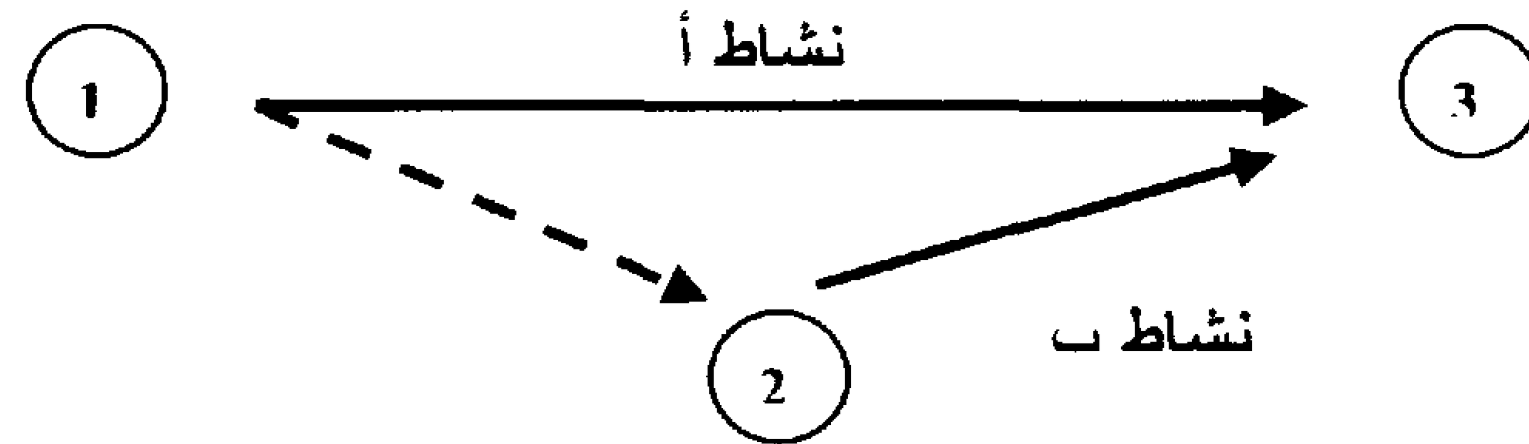
بعضهم يترجم هذا المصطلح إلى المصارف الدائنة ، وهو مجموع المبالغ المستحقة للمصارف الأخرى الدائنة على المصرف المدين ، كما تظهرها دفاترها المحاسبية .

193-Dummy Activity النشاط الوهمي (الزائف)

مصطلح يستخدم في مجال أسلوب شبكات الأعمال والمسار الحرج ، وبشكل خاص في متابعة تنفيذ المشروعات وتقييمها. ويرسم هذا النشاط على شبكة الأعمال بسهم متقطع.....في حالة وجود نشاطين يبدأن من بداية حدث واحدة ، وينتهيان بحدث واحد كما في الشكل التالي :



هذا الرسم خطأ المفروض أن يرسما بالشكل التالي :



194-Dumping إغراق السوق بالبضائع

إقدام شركة على بيع منتجها في سوق أو أكثر بسعر أقل من سعر المنتجات المنافسة في هذا السوق ، وذلك بهدف منافسة المنتجات المماثلة ، أو للتخلص من الكميات الفائضة لديها .

195-Duopoly Distribution إحتكار التوزيع الثنائي

يستخدم هذا المصطلح في مجال التسويق ويعني ، إنفراد منشأتان أو موزعان بتوزيع سلعة واحدة في السوق .

196-Durable Goods سلع معمرة

يتصف هذا النوع من السلع وعملية تسويقها بالخصائص التالية :

- عمرها الإنتاجي طويل .
- سعرها مرتفع .
- هامش ربحها مرتفع .

- لا تشترى خلال فترات متقاربة .
- تباع من خلال وكلاء معتمدين .
- يحتاج تسويقها إلى جهد ترويجي .
- لا يُقدم المستهلك على شرائها إلا بعد تفكير ومفاضلة بينها وبين عدة بدائل لها .
- المستهلك مستعد لبذل الجهد في سبيل شراء أفضلها .

ومن أمثلة هذه السلع : السيارات ، الآلات ، التلفزيونات ، الحاسبات ...الخ .

197-Duty –Free Market — السوق الحرة

سوق محدد تباع فيه البضائع بدون رسوم ، أي معفاة من الضرائب وخاصة الجمركية ، ويوجد هذا السوق في الموانئ الجوية والبحرية وفي المدن ، وبالتالي فهي لا تبيع السلع سوى للمسافرين ولأعضاء السلك الدبلوماسي وغيرهم ممن هم ليسوا من أبناء البلد .

198-Dynamic Data — البيانات الحركية

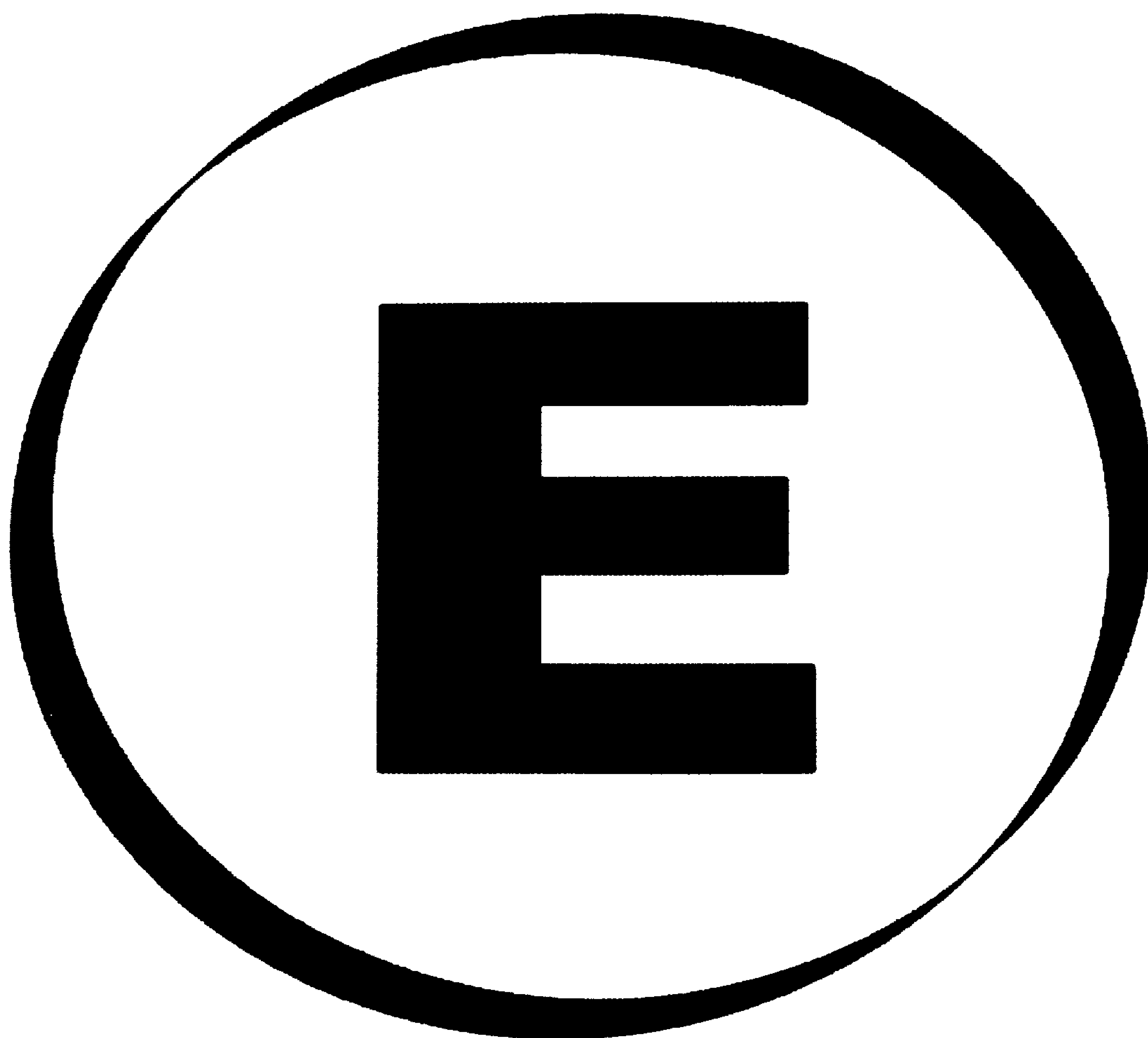
نوع من البيانات التي تتصف بالحركية المستمرة أي أنها دائمة التغير مثل : رقم المبيعات ، المخزون السلعي والمواد ، الموازنة التقديرية ، تقارير التقييم ... الخ .

199-Dynamic Environment — بيئة متغيرة

هي البيئة التي تكون حركة متغيراتها سريعة ومتتالية ، وتتصف بدرجة عالية من عدم الإستقرار ، وهذه الحركة إما قد تحدث بشكل عشوائي ، أو مفاجئ ، أو بسبب تداعيات معينة تكون معروفة . وتكون درجة المنافسة فيها عالية جداً ، كذلك الابتكارات والاختراعات ، ودرجة التجانس فيها قليلة .

200-Dysfunctional Conflict — الصراع بين العاملين وإدارة المنظمة

يسمي بعض المختصين هذا النوع من الصراع بالصراع غير الوظيفي ، ويعبر عن وجود خلل في العلاقة بين العاملين وإدارة المنظمة التي يعملون فيها ، ويحدث بسبب عدم رضاهم عن سياسات الإدارة في مجال التوظف وتعاملها معهم . ويؤثر هذا الصراع بشكل سلبي في الفاعلية التنظيمية، ويأخذ شكلين : الأول منظم ويحدث عندما يتفق العاملون على تصرف أو موقف مخطط من قبلهم لمجابهة الإدارة حيال تصرفاتها معهم التي هي غير مرضي عنها منهم ، ويترجم ذلك إلى إضراب عمالي ، أو تخفيضهم لكمية الإنتاج ، أو رفع تكلفة التشغيل . أما الثاني فهو غير منظم ويعبر عن تصرفات فردية أوشخصية لمجابهة تعامل إدارة المنظمة مع العاملين لديها ، ويتجسد في كثرة التأخير، والغياب عن العمل ، وكثرة الإجازات المرضية ...الخ .


E

التقاعد المبكر 1- Early Retirement

ترك الموظف أو العامل العمل في المنظمة قبل بلوغه السن القانوني للتقاعد طوعياً أي وفق رغبته . وتسمح بعض المنظمات بالتقاعد المبكر لأحد السببين التاليين أو كليهما معاً :

- إتاحة الفرصة لتوظيف موارد بشرية شابة وتجديد نشاط المنظمة بإدخال أفكار ومهارات جديدة يسموها بالدم الجديد .
- تخفيض تكلفة العمل .

الحجز من الحساب المصرفي 2- Earmarking of Credit

قيام المصرف بحجز مبلغ من المال من حساب مفتوح لديه بناءً على طلب صاحب الحساب (العميل) من أجل تنفيذ عملية معينة .

ربح السهم الواحد 3- Earning Per Share (EPS)

يعتبر ربح السهم الواحد من أهم المؤشرات وأكثرها إستعمالاً من قبل المحللين الماليين في أسواق الأوراق المالية ، لأنه يعطي فكرة عن قدرة المنشأة على توليد الأرباح ، ويحسب عن طريق :

$$\frac{\text{الربح الصافي}}{\text{عدد الأسهم}}$$

الأرباح المحتجزة أو إحتياطي الأرباح 4- Earning Reserve

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف :

Retained Earning

الكمية الإقتصادية للشراء 5- Economic Order Quantity

هي كمية الشراء المناسبة التي عندها تكون تكلفة الشراء والتخزين أقل ما يمكن ، وفي الوقت نفسه تضمن هذه الكمية إستمرارية العمل وعدم توقفه بسبب نفاد المخزون . فالكمية الإقتصادية للشراء تعمل على تحقيق هذا التوازن بين التكلفة وإستمرارية العمل . ويتم تحديد هذه الكمية بطرق متعددة هي : الطريقة الرياضية ، والمحاسبية ، والبيانية ، ويؤخذ في الإعتبار عند تحديدها مجموعة من العوامل أهمها مايلي:

- إذا كانت المادة ذات إنتاج موسمي في هذه الحالة يجب شراءها بكمية كبيرة .
- ندرة المادة في السوق ، فإذا كانت نادرة في هذه الحالة يجب شراء كمية كبيرة منها .
- توقع تبدل الأسعار مستقبلاً ، فإذا كان السعر سيرتفع مستقبلاً هذا يدفع للشراء بكميات كبيرة .
- إرتفاع تكلفة الشراء التي تدفع للشراء بكمية كبيرة لتخفيض هذه التكلفة .

- تكلفة التخزين المرتفعة تدفع للشراء بكمية قليلة .
- خصم الكمية الذي إذا كان مرتفعاً فهذا يدفع للشراء بكمية كبيرة .

6- Economical Rationality at Work — العقلانية الإقتصادية في العمل

مفهوم ظهر في مطلع القرن العشرين الماضي من قبل مدرسة الإدارة العلمية في الإدارة التي كان "رائدها فريديريك ونسلو تايلور Frederick W. Taylor" ويتكون هذا المفهوم من شقين :

- الأول ويتعلق بإنتاجية العمل التي يمكن زيادتها عن طريق عناصر أساسية هي : تقسيم العمل والتخصص ، دراسة الحركة والزمن من أجل الحد من الإسراف في مواد العمل المادية والبشرية (الجهد والزمن) ، تحسين ظروف العمل المناخية للمساعدة في زيادة إنتاجية العمال .
- الثاني ويتعلق بموضوع الحفز الإنساني ، حيث أعتبر هذا المفهوم أن العامل رجل إقتصادي حافزه ودافعه للعمل هو المال وربط الأجور بمقدار الإنتاج .

7-Economical Environment of Marketing — بيئة التسويق الإقتصادية

تشتمل البيئة الاقتصادية على متغيرات عدة منها على سبيل المثال وليس الحصر: حالة السوق من حيث العرض والطلب على السلع والخدمات ، المنافسة ، مستوى الأسعار ، الحالة الإقتصادية ، العامة (رواج، ركود) ، الناتج القومي ، مستوى الدخل الفردي ...الخ ، هذه المتغيرات هي التي تشكل البيئة والمناخ الإقتصادي ، الذي يتوجب دراسته ،وصنع القرارات الإستثمارية وغير الإستثمارية في ضوء هذه الدراسة.

8-Educational Assistance Benefit — المساعدة التعليمية كميزة وظيفية إضافية

مساعدة مالية على شكل حافز تقدمه بعض المنظمات للعاملين لديها ممن يودون متابعة دراستهم في الجامعات أو المعاهد المتخصصة لزيادة معارفهم ومهاراتهم لمصلحتهم ومصلحة العمل . وينظر إلى هذه المساعدة على أنها إستثمار بشري له عائد يتمثل بإرتفاع إنتاجية المورد البشري في المنظمة . وتأخذ هذه المساعدة أشكالاً عدة مثل : دفع قسط الجامعة ، دفع قيمة الكتب ، إجازة براتب ، نفقة المواصلات .. الخ .

9-Effective Demand — الطلب الفعال

هو الذي يكون مقترناً بوجود مقدرة شرائية لدى المستهلك التي تمكنه من شراء السلعة . فوجود الحاجة لديه للسلعة دون وجود المقدرة الشرائية عنده لشرائها ، هذا لا يشكل طلباً فعالاً. لذلك يلجأ بعض المنتجين والبائعين في هذه الحالة إلى إيجاد هذه المقدرة ، وذلك عن طريق منحه إئتمان تجاري ، أو بيعه بالتقسيط ، أو قيام المصارف التجارية بتسليف المواطنين من أجل الشراء ، فهذه الوسائل هي أدوات يمكن من خلالها خلق الطلب الفعال لدى المستهلك .

10-Effectiveness of Incentive فاعلية الحافز

يقصد بالفاعلية هنا ، مدى قدرة الحافز على إثارة دافعية الإنسان على أداء وسلوك مرغوبين فيهما من قبل من يقدم الحافز. ويكتسب الحافز الفاعلية أو القوة من خلال ما يلي :

- مدى إتفاقه مع الحاجة (توافقه وتكامله معها) فالإنسان الجائع لايحفزه الشراب بل يحفزه الطعام .
- صعوبة وسهولة ما هو مطلوب للحصول على الحافز ، فإذا كان صعب جداً ، فُقِدَ الأمل في الحصول عليه ولا يكون الحافز في هذه الحالة فعالاً .
- العائد المتوقع من الحافز ، فكلما زاد العائد زادت قوة الحافز .
- وضوح المطلوب للحصول على الحافز، فالغموض يضعف من فاعلية الحافز .

11-Efficiency كفاية

تشير إلى حسن إستخدام وإستثمار الموارد المتاحة وتحقيق نتيجة إيجابية منها تتمثل بمخرجات (سلعة ، خدمة) ذات تكلفة منخفضة وجودة جيدة ، وعليه فهي معيار لتقييم حسن إستخدام الموارد .

12-Efficiency of Plan كفاية الخطة

توصف الخطة بالكفاية عندما تحقق أهدافها بأقل جهد وبأقل تكلفة ، فقد تُحقق الخطة أهدافها لكن بتكلفة عالية ، أو بتكلفة غير ضرورية ، ففي هذه الحالة لا تتصف بالكفاية .

13-Efficiency Wage Theory نظرية كفاية الأجر

إتجاه في مجال الحوافز ودفع الأجور مفاده : أن يكون مستوى أجور العمال في المنظمة أعلى من مستوى الأجور المدفوعة في المنظمات الأخرى المشابهة والمنافسة ، من أجل إستقطاب قوى عاملة ذات مهارة عالية يكون بمقدورها ومن خلال مهارتها وخبرتها تحقيق إنتاجية عالية وفاعلية أداء ، حيث يغطي ذلك زيادة تكلفة الأجور المدفوعة لهم ، وهذا ما يتوافق مع مفهوم أن الإنفاق على الموارد البشرية هو إستثمار له عائد .

14-Egalitarian Pay Structure هيكل الرواتب و الأجور القائم على المساواة

نظام تستخدمه بعض المنظمات لدفع رواتب وأجور العاملين لديها ويقوم على إعتقاد مفاده : إن دفع راتب أو أجر واحد متساو لجميع العاملين الذين يعملون في وظيفة واحدة أو مجال عمل واحد ، يجعلهم يشعرون بالمساواة وهذا ما يحسن من مستوى رضاهم الوظيفي .

15-Ego الأنا

ويسميها بعضهم الأنانية وحب الذات ، وهي نزعة فطرية مخلوقة مع الإنسان ، فتحقيق الحاجات والمصالح الذاتية شيء غريزي لديه ، وهي متفاوتة من شخص لآخر فنجد مستواها عالياً جداً لدى

بعضهم، ومتوسطة لدى الآخر ، وضعيفة لدى فئة قليلة من البشر . فالإنسان وبسبب حب البقاء ، يكون لديه نزعة أنانية يفضل من خلالها ذاته على الآخرين ، فمصلحته الشخصية فوق مصالح الآخرين .

16-Egotistical **الغرور**

مرض نفسي يصاب به الكثيرون ، يجعل الإنسان يرى أن لديه صفات تجعله متميزاً عن الآخرين وذلك من وجهة نظره الخاصة ، ومن الصعوبة بمكان إقناعه بشيء هو غير مقتنع به ، وهو على الدوام يتفاخر بنفسه وبكل ما يخصه .

17-Elastic Demand **الطلب المرن**

هو الطلب الذي يتأثر حجمه بإرتفاع وإنخفاض السعر ، فالعديد من السلع يتأثر حجم الطلب عليها برفع أو تخفيض سعرها ، فالإرتفاع سيؤدي إلى إنخفاض الطلب ، في حين أن الإنخفاض في سعرها سيؤدي إلى زيادة الطلب عليها ، ومن هذه السلع مثلاً الملابس ، السيارات ، وغيرها . وبالنسبة للخدمات سيؤدي تخفيض سعرها أيضاً إلى إرتفاع الطلب عليها ، فتخفيض سعر شراء تذاكر السفر بالطائرات سيؤدي إلى إرتفاع عدد المسافرين على متنها ، والعكس صحيح .

18-Electronic Brain Storming **العصف الذهني الإلكتروني**

فكرة هذا العصف هي ذاتها فكرة العصف الذهني العادي (يمكن الرجوع لهذا المصطلح في Brain Storming) المستخدم في مجالات التدريب ، مع فارق أن المشتركين في عملية العصف الذهني هنا ليس بالضرورة أن يكونوا متواجدين في نفس القاعة ، بل يمكن أن يبقوا في أماكن عملهم ومعيشتهم ، حيث يمكنهم من خلال الحاسوب وشبكة الإنترنيت ، أن يتواصلوا ويطلعوا على أفكار بعضهم ، ويناقشوها ويتداولوها سوية .

19-Electronic Commerce **تجارة إلكترونية**

مبادلات تجارية إقتصادية تتم بين الشركات أو بين أشخاص مع شركات عبر شبكة الإنترنيت من أجل الحصول على معلومات تتعلق بالسلع ، وعقد صفقات بيع وتنفيذها، فمن خلالها يمكن أن يحدث ما يلي :

- طلب شراء سلع .
- طلب معلومات عن سلع والحصول عليها .
- دفع قيمة سلع .
- تقديم الدعم الفني من البائع للمشتري .
- متابعة طلبيات الشراء .

20- Electronic Government (SMART) **صفات الحكومة الإلكترونية**

يشير كل حرف من حروف كلمة SMART ، إلى صفة معينة تتصف بها الحكومة الإلكترونية الجيدة ، في ما يلي مدلول كل حرف :

- S ويرمز للبساطة Simplicity .
- M ويرمز للأخلاقية Morality .
- A ويرمز للمساءلة Accountability .
- R ويرمز إلى سرعة الإستجابة Responsiveness .
- T ويرمز للشفافية Transparency .

21- Elliott Waves Theory نظرية إليوت للأمواج

هي إحدى نظريات تحليل الأوراق المالية والسوق المالي التي وضعها إليوت عام 1934، وتقوم على الإفتراضات التالية :

- إن سوق الأوراق المالية سوق يتمتع بالحرية فالأسعار فيه تتحدد وفق قوى العرض والطلب .
- يمكن قياس تحركات السوق بطريقة رقمية .
- يوجد عدداً كبيراً جداً من المشتركين (المتعاملين) في السوق .
- يوجد عدداً كبيراً من المشتركين في السوق يجنحون أحياناً إلى الإفراط في ردة الفعل سلباً أو إيجاباً، مما يؤدي إلى حدوث أخطاء في تسعير الأوراق المالية .
- بناءً على الفرضية السابقة ، فإن هناك حالة نفسية في السوق لدى المشتركين يمكن قياسها، وهذا ما يفسر التحركات السعرية في بعض الأسهم التي تكون عكس الإتجاه المتوقع علمياً . فعلى سبيل المثال كثيراً ما نرى أسعار أسهم بعض الشركات تنخفض بعد نشر أخبار جديدة عن الشركة سواء أكانت صحيحة أو خاطئة .

ويمكن القول أن هذه النظرية هي محاولة لقياس الأداء النفسي للمشتركين في السوق المالي وفي ما يلي شرح لمسألة الأمواج :

- الموجة الأولى : سيبدأ السوق بحركته الأولى بالإرتفاع .
- الموجة الثانية : بعد حدوث الإرتفاع سيشعر المشتركون بالسوق بأن سعر الأسهم قد أصبح مرتفعاً أكثر من اللازم مما يجعلهم يقبلون على البيع لجني أرباح سريعة ، مما يؤدي إلى هبوط السعر ، والعودة إلى ما كان عليه في الموجة الأولى .
- الموجة الثالثة : يقوم المشتركون بدراسة السهم وشرائه على أمل حدوث إرتفاع بسعره ، حيث يبدأ بالإرتفاع من جديد .

- الموجة الرابعة : يبدأ المشتركون ببيع السهم ثانية لكن البيع لا يكون قوياً لإعتقادهم أنه سيرتفع أكثر .
- الموجة الخامسة : سيقوم عدد أكبر من المشتركين بشراء السهم وتبدأ حالة من الهستريا لديهم ، حيث يتسارع إرتفاع سعر السهم ويصل إلى حده الأقصى ، ثم يعاود الإنخفاض إلى أن يصل إلى الموجة الأولى ، ثم تبدأ الموجات التالية تتكرر .

22- Embargo — الحظر الجمركي

قيام الدولة بإصدار قرار أو قانون ...الخ يمنع إستيراد سلعة معينة أو أكثر، من أجل توفير الحماية للمنتج المحلي ، أو لوجود مواصفات غير سليمة في السلعة تؤثر سلباً في صحة المواطنين أو البيئة .

23- Emergency Decision — قرارات طارئة

تتصف القرارات الطارئة بدرجة عالية من الإلحاح والإستعجال ، فهي عادة تكون مفاجئة نتيجة ظهور مشكلة طارئة تمارس ضغطاً على صانع القرار، الذي لا يجد متسعاً من الوقت ليجمع المعلومات والبيانات ويحللها كما هو الحال في الظروف العادية . لذلك تكون مثل هذه القرارات في الغالب قائمة على الخبرة والحدس والتخمين أكثر من البحث والتقصي والتخطيط .

24- Emergency Goods — السلع الطارئة

هي التي تُشترى لسداد حاجة ضرورية طارئة ظهرت فجأة ،حيث لا يقوم المستهلك بمقارنة سعرها بين المتاجر التي تبيعها ليختار أجودها وأرخصها . فانفجار إطار سيارة في السفر ، يدفع صاحبها لشراء إطار من أقرب مكان ، لأنه لا يخاطر بالإنتقال بسيارته للمكان الذي يبيع الإطارات بسعر أقل وهو ليس بحوزته إطار إحتياطي .

25- Emergency Leave — إجازة طارئة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Causal Leave

26-Emergent Strategy Creation Approach — مدخل إعداد (خلق) الإستراتيجية الطارئة

نهج تستخدمه المنظمات في وضع إستراتيجيتها في ضوء رؤية مستقبلية غير واضحة فيما يتعلق بالسوق والمنافسة ، حيث تكون درجة التأكد منخفضة والمخاطرة عالية . في ظل هذه الظروف غير الإعتيادية أو الطارئة التي تواجهها المنظمة تُشكل إستراتيجية طارئة للتعامل مع هذه الظروف ، ويكون تخطيطها في هذه الحالة ليس طويلاً وتبحث عن فرصة إستثمارية تصاحبها أعلى درجة من التأكد ولو كان العائد المصاحب

لها منخفضاً ، وتستمر المنظمة بتطبيق هذه الإستراتيجية الطارئة لحين وضوح الرؤية وتغير الظروف غير الإعتيادية .

27- Emotional Buying Motives **دوافع الشراء العاطفية**

تتشكل هذه الدوافع لدى المشتري أو المستهلك نتيجة عوامل ومؤثرات عاطفية ليست رشيدة فتجعل قرار الشراء لديه لا يعتمد على التفكير والدراسة الجيدتان وبعيداً عن المنطق . ومن هذه العوامل : الشراء للتقليد ، التفاخر ، المظهر ، الإنفراد بالشيء ، تغير الموديل أو الموضة ، المتعة لمجرد الشراء .

28-Emotional Maturity **النضج العاطفي**

قدرة الإنسان على التحكم والسيطرة على النفس وعلى عواطفها ، ويعد النضج العاطفي إحدى صفات المدير الناجح ، وإحدى خصائص التوازن النفسي الأساسي .

29-Emotional Motives **الدوافع العاطفية**

تمثل مجموعة واسعة من الحاجات الإنسانية ، إنطلاقاً من أن وراء كل دافع حاجة ، ومن هذه الدوافع : حب التميز ، التباهي ، التفاخر ، التسلية ، المركز الاجتماعي ، التقليد (المحاكاة) الصداقة ، ...الخ .

30-Empathatic Listening Skill **مهارة الإصغاء المتعاطف**

من المفيد جداً في عملية الإتصال الشفهي أن نفهم المعنى الواضح المباشر ، وأيضاً المعنى الضمني غير المباشر . ويتم نقل المعنى الواضح المباشر عن طريق معاني الكلمات التي يستخدمها المرسل ، ومن أجل فهمها ، من الضروري أن نعير إنتباهنا العميق إلى كل ما يقال . فعلينا أن ننصت "بالأذن الداخلية" أي أن نستخدم شعورنا وإحساسنا في إدراك المعاني الضمنية لدى المرسل ، إذا كان علينا أن نسمع الشخص من الداخل . ويستدعي الإنصات إلى الشخص من الداخل (أي المعاني الضمنية للرسالة) إلى التعاطف EMPATHY الذي يتطلب قدرة لدى المستمع على وضع نفسه في مكان الشخص الآخر ، وتقلد دوره ووجهة نظره ، وعواطفه . فالإنصات "المتعاطف" هو سماع وفهم المحتوى العاطفي والمشاعر ، والحالة النفسية ، ومزاج الشخص الآخر ، ويتطلب أسلوباً خاصاً للإستماع . إن الإصغاء أو الإنصات المتعاطف جزء من الإتصال الشخصي الذي يحدث بين شخصين وفي إتجاهين ، وقد أستعير مفهومه من الطرق الموجهة المستخدمة في مجال طب علم النفس، التي قام بوضعها وتطويرها الدكتور " كارل روجرز". بموجب هذه الطرق لا يكون دور الأخصائي بالمعالجة النفسية تشجيع المريض على التحدث وتقوية الإتصال معه خارجياً ، بل عليه أن يحدث إتصالاً داخلياً مع المريض ليعرف ما يجول في ذاته . لذلك يجب أن يُعَلَّمْ المريض كيف يعبر عن نفسه وأن تتاح له هذه الفرصة وهي فرصة التعبير . والشيء نفسه في منظمة الأعمال ، فالمشرف وباقي أعضاء الإدارة هم بمثابة أو شبيه بأخصائي الطب النفسي الذي أشير إليه

آنفاً . فإذا أرادوا أن يحققوا إتصالاً ناجحاً ذا إتجاهين مع الآخرين ، يجب في هذه الحالة أن يتيحوا الفرصة للآخرين في أن يعبروا عن أنفسهم .

31-Empirical Management School — المدرسة التجريبية في الإدارة

تقوم هذه المدرسة الفكرية في الإدارة على فكرة أساسية مفادها : "دعونا ننظر إلى العديد من الأعمال الناجحة ومديريها الناجحين ، وكيف أنجزوا نجاحهم ، لنستفيد منها ، ونكون قادرين على تحويل أعمالنا إلى نجاحات مثلهم .يتضح أن هذه المدرسة تقيم وزناً لأهمية الخبرة العملية والإستفادة من تجارب الآخرين، ومن ثم تكوين تعميمات تتعلق بطبيعة وعمل الإدارة ، ليستفيد منها الآخرون أيضاً .

32-Employability Doctrine — قاعدة تكييف العاملين للعمل في وظائف متعددة

تضطر المنظمات بسبب التغيرات التي تحدث في بيئة أعمالها وخاصة المنافسة إلى إعادة هيكلة أعمالها من جديد للتكيف مع هذه التغيرات ، فتقوم بإلغاء وظائف أحياناً وإستبدال وظائف قديمة بوظائف جديدة أحياناً أخرى . فبدلاً من تسريح القوى العاملة لديها وإستبدالها بقوى جديدة تتماشى مع التغيرات التي تحدثها ، تقوم بإعداد برامج تدريب وتنمية للعاملين لديها ، من أجل إكسابهم مهارات ومعارف متنوعة تمكنهم من العمل في عدد من الأعمال أو الوظائف الحالية والمستقبلية ، فبهذه الطريقة يكون لدى الفرد إمكانية العمل في بدائل متعددة من الوظائف ، وتكون المنظمة قد كسبت إنتماء وولاء العاملين لديها بهذه الطريقة ، من خلال إحساسهم بالطمأنينة والأمان الوظيفي وعدم الخوف من فقدانهم لأعمالهم في المنظمة . إلى جانب هذه الفائدة، تحقق المنظمة فائدة أخرى وهي تخفيض معدل دوران العمل لديها وتكاليفه .

33-Employee — مستخدم

أصل الكلمة آت من Employ يستخدم ، فالمستخدم هو كل فرد يعمل داخل المنظمة براتب أو أجر وبالتالي فهو ليس مالكاً . فمن يدير المنظمة هو مستخدم ، ومن يعمل كفني صيانة هو مستخدم أيضاً ، والمبرمج على الحاسوب كذلك ، فجميع من يعمل في المنظمة هم مستخدمون يعملون لحساب المُستخدم الذي هو المالك ، ويطلق عليهم تسمية العاملين في المنظمة أو الموظفين .

34-Employee Adaptability Ability — قدرة المُستخدم على التكيف

إحدى صفات المُستخدم المتميزة التي يجب أن يتصف بها ، وتعني إمكانيته وفاعليته في/ على التكيف والتأقلم مع عدة أنواع من المهام والمسؤوليات التي تسند إليه ، وكذلك مع عدة بيئات عمل (وظائف) داخل المنظمة التي يعمل فيها ، والتكيف أيضاً بشكل خاص مع الناس والجمهور.

35-Employees Appraisal — تقييم العاملين

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

36-Employees Assistance Program — برنامج مساعدة العاملين

أنظر في المعنى المرادف :

مساعدة صاحب العمل للعاملين في التعامل مع مشاكلهم الخاصة
Employees Assistance With Personnel Problems

37-Employees Compensations — تعويضات العاملين

كافة العوائد المالية النقدية والعينية التي تدفعها المنظمات للعاملين لديها وتصنف إلى قسمين :

- تعويضات مباشرة : رواتب وأجور ، مكافآت مالية ، أجر إضافي ، حيث يحصل العاملون عليها من خلال أدائهم وجهدهم .
- تعويضات غير مباشرة : تقدمها المنظمة لجميع العاملين لديها على شكل خدمات متنوعة وبدون مقابل ، أو تسهم في تغطية جزء من تكلفتها والباقي يغطيه العاملون مثل : التأمين الصحي ، الضمان الإجتماعي ...الخ .

38-Employees Competence — كفاءة العاملين

الموظف أو العامل الكفؤ هو الذي لديه المهارة في العمل ، والجودة في الأداء ، وسلوكه حسن مع رؤسائه وزملائه في العمل ، ولديه روح التعاون والتفاني والإخلاص فيه .

39-Employees Conflict Resolution System — نظام حل خلافات (صراع) العاملين

يستخدم هذا النظام في المنظمات الكبيرة الحجم ، وهو عبارة عن مجموعة من المحققين المؤهلين والمدربين ، يقومون بتطبيق مجموعة من الإجراءات الرسمية ، التي تنظر وتبحث وتحقق في الصراعات والخلافات التي تحدث بين العاملين ، التي يُقَدَمْ بها شكوى من قبلهم وبشكل موضوعي كجهة محايدة . ويرفع المحققون نتائج تحقيقهم للجهة المعنية صاحبة السلطة في المنظمة لصنع القرار المناسب ، بما يكفل حقوق العاملين تجاه بعضهم بعضاً .

40-Employees Contributions — مساهمات العاملين

ما يقدمه الموظف أو العامل للمنظمة من مؤهلات وخبرات ومهارات وجهد ووقت ، لقاء التعويض المالي الذي تدفعه له والحوافز الأخرى المتنوعة .

41-Employees Discharge — فصل العاملين من الخدمة

إنهاء خدمة العاملين بقرار من إدارة المنظمة لأسباب تتعلق بسوء السلوك والأمانة وعدم إطاعة الأوامر . والصرف هنا يعني إنهاء علاقة الإستخدام التي كانت قائمة بين الفرد والمنظمة .

42-Employees Dismissal — صرف العاملين من الخدمة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Employees Discharge

43-Employees Firing — طرد العاملين من العمل

قرار تتخذه المنظمة بإنهاء خدمة موظف أو عامل بسبب سوء أخلاقه وسلوكه في العمل ، وإرتكابه مخالفة جسيمة للقواعد الناظمة لسير العمل فيها ، والطرد هو أقسى عقوبة تنزل بحق العاملين ولا يستحق المطرود عادة أي تعويض .

44-Employees Functional Life Circle — دورة حياة الموظف

تمر حياة الموظفين في المنظمات بمراحل متعددة ومتلاحقة ، تبدأ مع بداية تعيينهم في المنظمة وتنتهي عند بلوغهم سن التقاعد ، بافتراض بقاء الموظف في المنظمة طوال حياته الوظيفية فيها، وفي ما يلي هذه المراحل:

- مرحلة الإستكشاف : وتبدأ بعد تعيين الموظف في المنظمة مباشرة ، يخضع فيها إلى فترة تجربة وتأهيل ، ويكتسب فيها مهارات أولية ، وتعتبر مرحلة تعلم يحتاج فيها إلى متابعة ومساندة ودعم .
- مرحلة التأسيس : وفيها يوضع الموظف على بداية الطريق بعد إنتهاء مرحلة إعداده أولياً ، أو يوضع على بداية مساره الوظيفي ، فيعرف الوظائف التي سيتدرج فيها وينتقل إليها عبر مسيرته العملية في المنظمة .
- مرحلة النضوج : يُفترض في هذه المرحلة وصول الموظف إلى قمة المهارة والخبرة في العمل والعطاء .
- مرحلة الإنحدار : وفيها يكون الموظف قد كبر في السن وضعفت إمكاناته الجسدية وقارب على بلوغ سن التقاعد وتركه العمل في المنظمة .

45-Employees Involvement — دمج (إنصهار) العاملين

هو تفعيل أوسع وأعمق لمفهوم مشاركة العاملين في الإدارة داخل المنظمة ، حيث تمثل عموده الفقري ، ويعني أن العاملين يسهمون بدرجة عالية في صنع القرارات الإستراتيجية ، والقرارات التنفيذية في الإدارة العليا ، ورسم السياسات ، وحل المشكلات الخاصة بالعمل من أجل تطويره وتحسينه . وتفويضهم القدر الكافي من الحرية والمرونة في العمل ، والإستقلالية في تصريف الأمور المتعلقة بأعمالهم ، وإشراكهم في تقرير مستقبلهم الوظيفي في المنظمة ، وتحفيزهم بشكل جيد. فهذه الجوانب مجتمعة إذا ما تحققت في منظمة

ما ، يمكن القول بأنها قد وصلت إلى مستوى عالي من دمج العاملين فيها ، فحدوث هذا الدمج يعني ، أن نتوقع درجة عالية من الإنتماء والولاء لدى العاملين بالنسبة لمنظمتهم التي يعملون فيها ، فالغالبية منهم ستدرك أنها جزء لا يتجزأ من المنظمة ، فنجاحها يعني نجاحهم ، وإخفاقها يعني إخفاقاً للجميع ، وسيدركون بأن مستقبلهم ومستقبل عائلاتهم مرتبط ببقاء المنظمة ونجاحها وإستمراريتها .

46-Employees Leasing **إستئجار العاملين**

إتجاه سائد لدى العديد من المنظمات في البلدان التي تعتبر تكلفة العمل فيها مرتفعة . والإستئجار هو بديل عن التوظيف ، حيث تلجأ هذه المنظمات إلى شركات متخصصة تقوم بتأجير قوى عاملة من مختلف التخصصات والمهارات ، وذلك بموجب عقود تأجير للعمل لديها ولفترة زمنية محددة ، وتدفع المنظمة المستأجرة رسوماً معينة لقاء هذه الخدمة التي تقدمها لها الشركة المؤجرة . وتجدر الإشارة إلى أن العاملين الذين تم استئجارهم يتقاضون رواتبهم وتعويضاتهم من المنظمة التي إستأجرتهم .

47-Employees Mandate Protection Plans **خطط حماية العاملين الوصائي**

مجموعة من القواعد أو النصوص القانونية والتشريعية تضعها بعض الحكومات كالولايات المتحدة الأمريكية تحديداً ، لتكفل للعاملين من خلالها دخلاً يحقق لهم مستوى معيشياً مقبولاً لمن ينخفض مستوى دخله منهم بسبب التقاعد (المبكر خاصة) ، المرض ، عدم القدرة على الإستمرار بالعمل الجهد المتواصل بسبب كبر السن ... الخ .

48-Employees Orientation **تأهيل العاملين الجدد**

يشتمل هذا التأهيل على تعريف الفرد المُعين في المنظمة حديثاً على مهامه ومسؤولياته وفهم وإدراك دوره فيها ، وتعريفه أيضاً بنشاطها وأهدافها ، والقواعد الناظمة لسير العمل فيها . ويهدف التأهيل إلى دمج سلوك الفرد الجديد مع سلوك الآخرين بحيث يكون مقبولاً من قبلهم ، ويُمكنه من إقامة علاقات ودية معهم .

49-Employees Pumping Policy **سياسة شفط (سحب) العاملين**

تجد بعض المنظمات (خاصة الكبيرة) نفسها مضطرة لإلغاء بعض الوظائف لديها بسبب عدم الحاجة إليها ، فبدلاً من تسريحهم والإستغناء عنهم ، تعطيهم الفرصة لأن ينتقلوا لوظائف أخرى جديدة بالنسبة إليهم تحتاج إلى مهارات جديدة تختلف عن المهارات التي يستخدمونها في وظائفهم الحالية . فإذا أبدوا رغبتهم في ذلك ، عليهم في هذه الحالة تعلم مهارات جديدة ، وإن لم يشأوا بإمكانهم طلب إحالتهم على التقاعد بشكل مبكر ، بهذه الحالة تكون المنظمة قد تخلصت من هؤلاء دون مشاكل .

50-Employees Relations **علاقات العاملين**

عملية تفاوض تجريها النقابات العمالية مع المنظمات التي ليس فيها ممثلين عنها (تنظيم نقابي)، للتوصل معـــها إلى تسويات وإتفاقات مقبولـــة بخصوص ظروف العمل والإستخدام والرواتب والأجور ، والمزايا الوظيفية ، وساعات العمل ... الخ .

51-Employees Relations Activities — نشاطات علاقات العاملين

يسميها بعضهم نشاطات توفير العلاقة الحسنة مع العاملين التي تعتبرها المنظمات المعاصرة جـــزءاً مـــن فلسفتها الإدارية . وهذه النشاطات عبارة عن فعاليات على شكل سياسة عامة تطبقها المنظمة المعاصـــرة من خلال إدارة الموارد البشرية فيها بهدف رفع فاعلية الأداء التنظيمي وزرع الولاء لها لـــدى العـــاملين . بموجب هذه السياسة يتم التقصي والبحث عن المسببات التي تضعف فاعلية الأداء والولاء لدى العاملين ، من خلال الإتصال والتشاور معهم من أجل معرفة وتحديد هذه المسببات والوصول إلى حلول لها ، الـــتي يمكن من خلالها رفع الفاعلية التنظيمية في المنظمة وزرع الإنتماء والولاء لدى العاملين فيها الـــذي هـــو العامل الأساسي في رفع هذه الفاعلية .

52-Employees Requisition — طلب توظيف داخلي

تعتمد بعض المنظمات الكبيرة الحجم في تلبية إحتياجاتها من القوى العاملة للتعيين في نوعية معينـــة مـــن الوظائف الشاغرة لديها ، على المصدر الداخلي أي القوى العاملة فيها .حيث تعلن لهم عن هذه الوظائف وكافة المعلومات المتعلقة بها ، وتطلب منهم من يجد نفسه مؤهلاً لها ويمتلك المواصفات المطلوبة لشـــغلها ، أن يتقدم إلى إدارة الموارد البشرية في المنظمة للحصول على طلب توظيف داخلي فيها ، يوضح فيه رغبته للتعيين في إحدى هذه الوظائف ، وبالطبع يخضع لإجراءات وإختبارات التعيين وكأنه موظفاً جديداً.

53-Employees Separation — إنفصال العاملين

يعني الإنفصال هنا إنهاء خدمتهم في المنظمة إما بقرار من المنظمة (تسريح ، فصل ، تقاعـــد) أو بقـــرار شخصي من قبلهم (إستقالة ، تقاعد مبكر) .

54-Employees Skill Obsolescence — تقادم مهارة الموظف (العاملين)

يقصد بتقادم خبرة أو مهارة الموظف وصوله إلى نهاية مساره أو مستقبله الوظيفي Career بعـــد عـــدد معين من سنوات الخدمة في المنظمة ، حيث تتوقف ترقياته ويبقى في وظيفته لحين بلوغه سن التقاعد . فبقاء الموظف لهذه الفترة الزمنية في وظيفة واحدة لحين بلوغه سن التقاعد يُنظر إلى مهارته وخبرته على أنها قـــد تقادمت ، لأنه ليس بالضرورة عندما يصل موظف ما إلى نهاية مساره الوظيفي أن يكون قـــد بلـــغ ســـن التقاعد ، فقد يبلغ نهاية المسار قبل إحالته إلى التقاعد بعشر سنوات مثلاً، ففي هذه الســـنوات العشـــر في وظيفة واحدة بدون نقله لوظيفة أخرى أو حصوله على تدريب، تكون مهارته قد توقفت عند حد معين

وفي مجال وظيفي محدد ، وهذا ما يسمى بتقادم الخبرة والمهارة لدى الموظف .

55-Employees Socialization تأهيل العاملين الاجتماعي

يعد جزءاً من تأهيل العاملين الجدد الذين تم تعينهم في المنظمة ، ويهدف إلى أقلمة الموظف أو العامل الجديد مع جو العمل الإجتماعي داخل المنظمة ، فيعرفه على رئيسه المباشر وزملائه في مكان العمل ، ومساعدته لجعله مقبولاً من قبلهم ، وكيف يندمج ويقيم علاقات ودية معهم ، ومساعدته على حل أية مشكلة إجتماعية تصادفه مع نظرائه في العمل .

56-Employees Stock Ownership تمليك العاملين أسهم الشركة

نوع من أنواع الحوافز المالية التي تستخدمها المنظمات لدمج مصلحة العاملين لديها الشخصية بمصلحة المنظمة التي يعملون فيها ، حيث بدلاً من أن توزع عليهم حوافز نقدية (بشكل خاص الأرباح) تقوم بتوزيع أسهم عليهم ، بحيث يتقاضون عليها أرباحاً كل فترة زمنية ، في مسعى منها لزرع الإنتماء لديهم نحوها أو خوفهم على مصالحها ، فامتلاكهم لعدد من الأسهم على مر الزمن يشعرهم بأنهم ملاك وليسوا أجراء .

57-Employees Tolerance for Job Stress تحمل العاملين لضغط العمل

إحدى صفات الموظف المتميز ، وتعني ما يملكه من طاقات وإمكانات فسيولوجية ، وذهنية ، ونفسية بحيث تمكنه من الثبات ومواجهة ضغوط العمل التي يواجهها في وظيفته وفي المنظمة التي يعمل فيها وإنجاز المطلوب منه .

58-Employees Withdrawal تقهقر العاملين

يقصد به السلوكات السلبية التي تصدر عن العاملين في مكان العمل وينتج عنها إضاعة وقت عملهم الرسمي في المنظمة مثل : التأخير عن العمل ، الغياب ، الزيارات الإجتماعية أثناء العمل . ويشمل هذا المصطلح أيضاً ترك العاملين الجدد للعمل في المنظمة بعد فترة قصيرة من تعينهم .

59-Employer Assistance With Personal Problems مساعدة صاحب العمل للعاملين في التعامل مع مشاكلهم الخاصة

في مسعى لتحسين علاقة المنظمة وإدارتها مع العاملين لديها وكحافز لهم يندرج تحت مسمى المزايا الوظيفية الإضافية ، تقوم بعض المنظمات بتقديم خدمة الإستشارة والنصح للعاملين لديها بدون مقابل ، من أجل مساعدتهم على حل مشاكلهم الخاصة في مجالات متعددة مثل:المسائل القانونية ، والصحية ، والتعليمية ، والإجتماعية ، والنفسية . الغاية من هذه المساعدة الإستشارية ، إشعار العاملين بأن منظمتهم

التي يعملون فيها يهمها مصلحتهم وراحتهم ، مما ينعكس إيجاباً على أدائهم وسلوكهم ويولد لديهم إنتماء وولاء لها .

60-Employer-Purchased Insurance عقد التأمين المُشترى من قبل صاحب العمل

أحد أشكال المزايا الوظيفية الإضافية (الحوافز غير المباشرة) التي تقدمها المنظمات للعاملين لديها ، ويشتمل التأمين هنا على أشكال متعددة منها : التأمين ضد الحوادث ، التأمين على الحياة ، التأمين الصحي التأمين ضد الغير . وتقدم المنظمات هذا التأمين أو الحافز بأشكال متعددة :

- تتحمل المنظمة كامل التكلفة .
- تتحمل المنظمة جزءاً من التكلفة والجزء الآخر يدفعه العاملون .
- يدفع العاملون كامل التكلفة ناقصاً منها الخصم الذي تمنحه شركة التأمين للمنظمة الذي يسمى بخصم عقد التأمين الجماعي . ففي العقود الجماعية يكون معدل المخاطرة أقل بالنسبة لشركة التأمين ، لذلك تقدم الشركة هذا الخصم ليستفيد منه العاملون .

إذاً في هذا النوع من عقود التأمين يقوم صاحب العمل (المنظمة) بإجراء العقد مع شركة التأمين بشكل جماعي أي في عقد واحد بدلاً من أن يؤمن كل فرد في المنظمة على نفسه في عقد خاص به .

61-Employment Agencies أجهزة الإستخدام (التوظيف)

يسميها بعضهم بمكاتب العمل أو التوظيف وقد تكون ملكيتها عامة أو خاصة . ومهمتها الوساطة بين المنظمات التي لديها حاجة للقوى العاملة من جهة ، والقوى العاملة التي تبحث عن فرصة عمل من جهة ثانية . فهذه الأجهزة تحتفظ بكافة المعلومات المتعلقة بالمنظمات (عناوينها الوظائف الشاغرة لديها .. الخ)، وأيضاً بالسيرة الذاتية الخاصة بالقوى العامة المسجلة لديها والباحثة عن العمل . وبالتالي فمهمة الأجهزة توجيه القوى العاملة هذه إلى المنظمات ليتم اللقاء معها وإتمام إجراءات الإختيار والتعيين . وتجدر الإشارة هنا إلى أن أجهزة الإستخدام ذات الملكية الخاصة تتقاضى رسوماً لقاء هذه الخدمة التي تؤديها للطرفين .

62-Employment Application Form نموذج طلب التوظيف

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Application Blank of Employment

63-Employment -at-Will الإستخدام حسب الرغبة

نوع من أنواع التوظيف ، بموجبه يتم تعيين الفرد في المنظمة وهو يعرف ويقبل إنهاء خدمته من قبل رب العمل (أو المنظمة) عندما يريد أي حسب رغبته ومن غير سبب ودون أن يكون للعامل أو الموظف حق

الإعتراض . هذا النوع من الإستخدام ترفضه النقابات وقوانين العمل في الوقت الحاضر ، وكان سائداً في الماضي من حوالي ستين سنة تقريباً بشكل واسع .

64-Employment Department — إدارة الإستخدام (التوظيف)

يشير هذا المصطلح إلى بداية نشأة إدارة الموارد البشرية في المنظمات الصناعية في الولايات المتحدة الأمريكية ، حيث كانت هذه الإدارة عبارة عن وحدة إدارية متخصصة أحدثها "هنري فورد Henery Ford" في مصنعه لإنتاج السيارات عام 1914 ، لتقوم بمهمة إختيار العمال الصناعيين وتشغيلهم في هذه المصانع نيابة عن المشرفين المباشرين الذين كانوا يؤدون هذه المهمة . فبسبب تزايد عدد العمال في هذا المصنع ، وإرتفاع معدل دوران العمل فيه الذي بلغ 400% آنذاك ، جعل عملية الإستخدام مستمرة طوال العام ، وهذا يحتاج إلى وقت طويل وتفرغ من قبل المكلفين بهذه المهمة . لذلك فكر فورد بإحداث هذه الإدارة لتقوم بمهمة إختيار وتوظيف العمال في مصنعه . وتجدر الإشارة إلى أن هذا المسمى ما زال مستخدماً في بعض البلدان النامية .

65-Employment Interview — مقابلة التوظف أو الإستخدام

تمثل هذه المقابلة مرحلة أساسية من مراحل عملية إختيار الموارد البشرية من أجل التعيين في المنظمات ، حيث تجري مقابلة المتقدمين للتوظيف من أجل جمع أكبر قدر ممكن من المعلومات عنهم، من أجل تقييم قابلية وإستعداد المتقدم للعمل ، وقدرته على الإنجاز ، وإهتماماته الشخصية وتفضيلاته ، وهل يصلح لشغل الوظيفة المتقدم إليها أم لا .

66-Employment of Young Children — تشغيل الأولاد

هو إستخدام الفتيان والفتيات دون بلوغهم السن القانوني المسموح به للعمل ، الذي ينص عليه أو يحدده قانون العمل . هذا الإستخدام ظاهرة غير قانونية وغير مسموح بها ، لأن الفتى الصغير في السن لم يكتمل نموه بعد وتشغيله يؤثر سلباً في صحته . هذه الظاهرة نجدها في بعض منشآت القطاع الخاص في بعض البلدان النامية ، التي تستغل الفتى الصغير وتدفع له أجراً منخفضاً عن الذين بلغوا السن القانوني للعمل ، كما أنها كانت سائدة في الدول الصناعية إبان الثورة الصناعية والفترة التي تلتها .

67-Employment Physical Examination — فحوصات التوظيف الجسدية

مجموعة من الفحوص الطبية التي تُجرى للمتقدمين لطلب التوظيف في المنظمات ، للتأكد من سلامة أجسامهم وأنهم لائقين صحياً للعمل المتقدمين لشغله ، وقادرين جسدياً على أداء مهامه بشكل فعال . وهذه الفحوصات هي إحدى مراحل عملية إختيار وتعيين العاملين في المنظمات .

68-Employment Planning — تخطيط التوظيف أو الإستخدام

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Human Resources Planning

تخطيط الموارد البشرية

69-Employment Relationship علاقات الإستخدام (التوظيف)

مضمون هذه العلاقات قائم على وجود عملية تبادل بين العاملين الذين يقدمون جهدهم الفسيولوجي والذهني وخبرتهم ومهارتهم لعملهم في المنظمة ، التي بدورها تقدم لهم التعويض المادي والمعنوي المناسب . وتُرسم أبعاد هذه العلاقة من خلال مفاوضات تتم بين المنظمة والنقابة تحت رعاية الحكومة ، من خلال تشريعاتها وقوانينها الصادرة بهذا الخصوص .

70-Employment Security أمن الإستخدام أو التوظيف

له مسميات أخرى هي : الأمن الوظيفي ، الطمأنينة الوظيفية ، الإستقرار الوظيفي ويقصد به : توفير المنظمة الإحساس بالطمأنينة لدى العاملين لديها بعدم فقدانهم لوظائفهم فيها والإستغناء عنهم لأي سبب وفي أية لحظة ، فهذا الشيء يخلق لديهم خوفاً وتوتراً مستمراً ودافعية قليلة للعمل .

71-Empowerment تمكين العاملين

يقصد به تمكين الفرد من السيطرة على عمله ، وتوفير الإستقلالية له فيه ، وإعطائه وإعطاء فريق العمل الذي ينتمي إليه صلاحية وحرية التصرف في أداء المهام ، وإتاحة الفرصة له للمشاركة في صنع القرارات، وإبداء الرأي في أمور خارج نطاق عمله وعمل الفريق . وحدد المختصون أركان التمكين فيما يلي:

- المعنى Meaning : إدراك العاملين أن عملهم له قيمته وأهميته .
- الجدارة Competence : إدراك العاملين بأن لديهم القدرة والإمكانات اللازمة لإنجاز عملهم .
- التقرير الذاتي Self-Determination : إدراك العاملين بأن لديهم الحرية في تقرير الأمور المتعلقة بأعمالهم وبأسلوب أدائها.
- التأثير Impact : إدراك العاملين بأن أعمالهم ذات تأثير في إنجاز أعمال الآخرين وتحقيق أهداف المنظمة التي يعملون فيها.

72-Encoding تحويل المعاني إلى رموز

عمل يتم بموجبه تحويل مصطلح أو كلمة أو جملة أو معنى إلى رمز خاص به يدل عليه أو عليها مباشرة ، وهذا الرمز قد يكون حرفاً ، أو رقماً ، أو لوناً .. الخ . ويستخدم الترميز في مجالات كثيرة في الإتصالات في عمل الحاسبات الإلكترونية ، في أعمال الشراء والتخزين ... الخ .

73-Ending Inventory مخزون آخر المدة

يمثل كميات المواد والبضاعة الموجودة فعلياً في المخزن في نهاية السنة المالية ، أو نشاط المنظمة ، أي بتاريخ 31 / 12 .

74-Endorsment of Celebrates **إستخدام المشاهير في الإعلان عن السلع**

يستخدم هذا المصطلح في مجال التسويق وبشكل خاص في حقل الترويج (الإعلان عن السلع والخدمات) ، حيث يشير معنى المشاهير إلى أناس يتمتعون بمعرفة شعبية لدى شريحة (واسعة أو محدودة) من الناس ، لكون هؤلاء المشاهير يحملون صفة أو أكثر تثير إعجاب الناس بهم مثل نجوم السينما أو التلفزيون، أو الرياضة ، أو الجمال...الخ . هذه الصفة المتميزة التي أُعجب بها مجموعة من عامة الناس ، يمكن إستخدامها في مجال الإعلان ، وذلك للتأثير في دافعية المستهلك تجاه المنتج المعلن عنه ، فالمستهلك المعجب عندما يرى نجمه (الرياضي ، أوالسينمائي...الخ) يستخدم السلعة ، يتكون لديه دافع لشرائها بسبب حبه وإعجابه للنجم وتقليده له .

75-Endorsement of Commercial Paper **تظهير الورقة التجارية**

ويسميه بعضهم بتجيير الورقة التجارية ، ويعني التوقيع على ظهرها ، بما يفيد التوكيل أو إعطاء الحق لمستفيد آخر بقبض مبلغها .

76-Enterprise **منشأة (مؤسسة)**

وحدة إقتصادية لها هدف محدد ، وذات إستقلال مالي وإداري وشخصية إعتبارية ، تمارس نشاطاً إقتصادياً معيناً ، الذي إما أن يكون صناعياً فينتج سلعة ، أو خدمياً فينتج أو يقدم خدمة ، وبالتالي فالمنشآت هنا نوعان ، إما أن تكون صناعة أو خدمية .

77-Enterprising Government **حكومة مُنْشِئة للمؤسسات**

نمط إدارة حكومية هدفه ليس جباية الضرائب من أجل تغطية الإنفاق الحكومي على الخدمات التي تقدم للمواطنين فحسب ، بل إنشاء مؤسسات ومشاريع إستثمارية تحقق الإيراد لخزينة الدولة .

78-Entreprenur **صاحب و مدير مشروع صغير مبدع ومبتكر للأفكار بملكية فردية خاصة ويستثمر أموال الغير(ريادة)**

شخص يمتلك فكرة ناجحة وإقتصادية لإنشاء مشروع أعمال صغير نسبياً ولديه رأس مال لكن لا يكفيه لإقامة هذا المشروع ، لذلك يتفق مع ممولين (مستثمرين) ليسوا كباراً ليزودوه بحاجته المتبقية من رأس المال ويتقاضون أرباحاً لكن لا يتدخلوا في إدارة المشروع . بعد إقامة المشروع يكون هذا الشخص هو المالك والمدير التنفيذي ، وهو المسؤول عن إدارته وصنع القرارات وتحمل المخاطر ، حيث

يقوم بتصريف كافة الأمور داخل المشروع وتوجيه العاملين فيه ، وأول من إستخدم هذا المصطلح الفرنسيون عام 1755 في مجال الإقتصاد وأشاعوا إستخدامه عام 1800.

79-Entrepreneurship **مشروع أعمال صغير مبدع بملكية فردية خاصة ويستثمر أموال الغير**

مشروع أعمال إنتاجي أو خدمي صغير الحجم نسبياً يمتلكه شخص واحد ، هذا المالك في الأصل لم يكن لديه المال الكافي لتأسيس مشروعه وإخراج فكرته أو ميزته التنافسية إلى السوق ، لذلك يلجأ إلى مستثمرين يزودونه بالأموال التي تنقصه من أجل إستثمارها في مشروعه ويتقاضون أرباحاً عنها دون أن يكون لهم الحق في إدارة المشروع وتسيير أعماله .

80-Environment Legltimate **البيئة القانونية أو التشريعية**

تمثل مجموعة القوانين والتشريعات الحكومية التي تعمل في ظلها جميع المنظمات أو المنشآت وعلى إختلاف طبيعة أعمالها ، وهذه القوانين إما أن تعيق وتقيد حركة عمل هذه المنشآت أو تسهل عملها .

81-Environment Re-Engineering **إعادة هندسة البيئة**

مجموعة من القوانين والأنشطة ووسائل تقنية ومعايير فنية تستخدم من أجل إعادة إدارة وتنظيم البيئة من أجل المحافظة عليها . وتشتمل هذه الأمور على سبيل المثال : تشييد الأبنية ، وإقامة الجسور ، وفتح الطرق ، وحفر الأنفاق ، والتخلص من النفايا والمخلفات الصناعية ، والحد من تلوث البيئة ، ومنع سوء إستخدام الثروات الطبيعية . وتهدف إعادة هندسة البيئة إلى توفير الراحة والأمان للإنسان والمحافظة على صحته .

82-Environment Structure **هيكل البيئة**

يقصد بهيكل البيئة ، مجموعة المتغيرات أو العوامل أو العناصر التي تتشكل منها والتي تؤثر في نشاط المنظمات فعلى سبيل المثال ، تتكون هيكلة البيئة الكلية من العناصر التالية : المتغير الإقتصادي ، والسكاني، والتعليمي ، والإجتماعي ، والتكنولوجي...الخ .

83-Environmental Analysis **التحليل البيئي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Strategic Analysis (SWOT)

التحليل الإستراتيجي

84-Environmental Non-Controllable Variables **متغيرات بيئية لا يمكن السيطرة عليها**

توجد هذه المتغيرات (العوامل) في البيئة الخارجية المحيطة بالمنظمة وتؤثر في نشاطها ونشاط باقي المنظمات بشكل مباشر أو غير مباشر لأنها متغيرات عامة ، وهذه المتغيرات ليس بإمكان المنظمات التحكم بها مثل : المتغير الإقتصادي ، والقانوني ، والسكاني .. الخ . فهذه المتغيرات تحتاج إلى تنبؤ مركز لرصد حركة إتجاهاتها صعوداً وهبوطاً للتكيف مع هذه الحركة والإستعداد للتعامل معها عند وضع الإستراتيجيات والخطط وتنفيذها .

85- Environmental Scan — المسح البيئي

يستخدم هذا المصطلح في مجال الإدارة الإستراتيجية ، حيث يقوم بدراسة المتغيرات البيئية المؤثرة في نشاط المنظمة وتحديد إتجاهاتها وأثر هذه الإتجاهات في نشاطها وبشكل تفصيلي تحليلي ، ليحدد الفرص الإستثمارية المتاحة والمخاطر التي تهدد المنظمة ، وبالتالي يمكن القول أن إستراتجية المنظمة توضع في ضوء نتائج المسح البيئي .

86-Equity of Brand — قيمة الماركة أو العلامة التجارية

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف:

Reputation of Brand

سمعة العلامة

87-Equity of Exchange Theory — نظرية عدالة التوزيع

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Equity Theory

نظرية الإنصاف

88-Equity Principle — مبدأ المساواة

هي إحدى مبادىء الإدارة ويشير مفهومها ، إلى تبني المنظمة والرؤساء مبدأ المعاملة الواحدة للجميع وعدم التحيز ، فكل العاملين سواسية لا تمييز بينهم إلا عندما يتميز أحدهم عن الآخرين بالأداء ، والفاعلية والسلوك ، وبالتالي لا يوجد مكيالين إنما هو مكيال واحد فقط .

89-Equity Theory — نظرية الإنصاف

ويسميها بعضهم بنظرية التساوي أو العدالة وهي إحدى نظريات الدافعية الإنسانية ، حيث تدور فكرتها حول ما يلي: داخل أية منظمة تحدث عملية تبادل بينها وبين العاملين لديها، فالعاملون يقدمون للمنظمة مساهمات (يُطلق عليها بعضهم المدخلات) تأخذ أشكالاً متعددة كالجهد المبذول في العمل طوال ساعات العمل الرسمية ، خبرتهم ، مهارتهم ، مؤهلاتهم العلمية...الخ . ومقابل هذه المساهمات تقدم لهم تعويضاً مادياً ومعنوياً (يُطلق عليه بعضهم المخرجات) ، الذي يأخذ شكل الرواتب والأجور ، والمكافآت المالية ،

المشاركة في الإدارة ، تقدير الجهود ....الخ . فإذا لم تكن المخرجات على قدر أو توازن المدخلات ، يعني ذلك بأنه ليس هناك عدالة أو إنصاف لأنه لا يوجد توازن بينهما ، وبالتالي يشعر العاملون بالغبن وعدم الإنصاف وتتشكل لديهم دافعية سلبية ، والعكس من ذلك صحيح عندما يشعرون بأن المخرجات توازن أو تعادل مدخلاقم . يتضح من ذلك أن المصدر الأساسي لدافعية الفرد في العمل وفق مفهوم هذه النظرية، إنما تقوم على مدى إدراكه لمقدار العدالة أو الإنصاف ما بين مساهماته التي يقدمها للمنظمة ، وما يحصل على تعويضات منها لقاءها.

90-Ergonomics — **تفاعل وإنسجام المورد البشري في بيئة عمله المادية والنفسية**

يسميه بعضهم بالهندسة البشرية وهو دراسة تهدف إلى إعادة هيكلة وتصميم بيئة العمل النفسية والإجتماعية والمادية والتجهيزات المستخدمة ، بشكل توفر للعنصر البشري في مكان عمله الراحة النفسية والجسدية ، وتحقيق إنسجامه وتفاعله مع جميع مكوناتها المادية والنفسية والإجتماعية ، في مسعى لتحقيق الفاعلية في أدائه وحبه لمكان عمله ، فالبيئة المناسبة تمكن العنصر البشري من التكيف مع بيئة عمله وبذل كامل إمكاناته .

91-Escalator Clause — **الشرط المُعدل**

بند من بنود العقد المبرم بين البائع والشاري ، أو بين طرفين كالنقابة وأصحاب العمل...الخ ، يجيز لأحد الطرفين أن يعدل في أحد بنود العقد كالسعر مثلاً .

92-ESIA Analysis Method — **أسلوب تحليل إسيا**

هو أحد الأساليب المستخدمة في مجال إعادة هندسة العمليات ، الذي يعتمد على مراجعة جميع مراحل (خطوات ، إجراءات) العملية الواحدة ، وتحليلها بشكل منطقي ، مما يسهل الوصول إلى أفكار ومقترحات لتنفيذ العملية بأسلوب مبتكر جديد . وفي ما يلي معنى كل حرف من حروف ESIA :

- E : Eliminate — إجراءات أو خطوات أو مراحل يمكن إلغاءها .
- S : Simplify — إجراءات أو خطوات أو مراحل يمكن تبسيطها .
- I : Integrate — إجراءات أو خطوات أو مراحل يمكن دمجها .
- A : Automate — إجراءات أو خطوات أو مراحل يمكن أتمتتها .

93- Essay-Performance Appraisal Method — **أسلوب المقالة في تقييم الأداء**

أسلوب تقليدي قديم كان يستخدم في مجال تقييم أداء العاملين في العمل وذلك من قبل رؤسائهم المباشرين . بموجبه يقوم الرئيس المباشر بكتابة تقرير على شكل مقال يصف فيه أداء وسلوك مرؤوسه في

العمل في نهاية فترة التقييم . ويحتاج هذا الأسلوب إلى توفر المقدرة لدى الرئيس المقيم على الكتابة والصياغة ، وتتصف نتائج التقييم من خلاله بأنها غير دقيقة ، وذلك بسبب عدم وجود أو إستخدام معايير محددة في عملية التقييم .

94-Established Prices **الأسعار المحددة**

السعر المحدد أو المثبت كما يسميه بعضهم ، هو الذي يحدده المنتج لسلعته سلفاً ويُعلم به الموزعين قبل أن يطرحوها في السوق للبيع ، ويكون هذا السعر أيضاً معلوماً مقدماً من قبل المستهلكين .

95- Esteem Needs **حاجات تقدير الذات**

تمثل الدرجة الرابعة في سلم أولويات الحاجات الإنسانية التي وضعها أبراهام ماسلو عام 1943 في نظرية تدرج الحاجات . وتشتمل هذه الحاجات على الإحترام من قبل الآخرين ، المكانة الإجتماعية، تقدير الإنجازات من قبل الآخرين ، الإمتنان ...الخ .

96-Ethical and Social Responsibility of Management **المسؤولية الأخلاقية والإجتماعية للإدارة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Business Ethics

أخلاقيات الأعمال

97- Ethical Marketing **التسويق الأخلاقي**

يعتبر التسويق الأخلاقي الذي ظهر في أوائل التسعينات من القرن الماضي إمتداداً لمفهوم التسويق الإجتماعي ، حيث يطالب المنظمات مراعاة معايير أخلاقية في تسويق منتجاتها بعيداً عن الغش والتلاعب ، ويطلب وضع قوانين تضبط الممارسات غير الأخلاقية في عمليات التسويق ، ومحاسبة ومعاقبة كل من يخالف المعايير الأخلاقية في التسويق .

98- Ethical Price **السعر المعتدل (الأخلاقي)**

هو السعر الذي يحدده المنتج لسلعته أو خدمته ، بحيث لا يكون مرتفعاً بل معقولاً ، وبشكل يحقق له ربحاً مقبولاً ، وبعيداً عن الطمع والجشع ، وأن يكون متناسباً مع مستوى جودة السلعة .

99-Ethnocentrism **العصبية**

ويسميها بعضهم بالقبيلة ، وتعني تحيز الفرد للمنظمة أو جماعة العمل التي ينتمي إليها ، أو لمدينته..الخ، فيدافع عن قيمها ، وسمعتها ، وعن أعضائها ، وعن كل شيء يخصها تجاه الغير ، ويراها هي الأفضل .

100-Euro-Bonds **سندات إيرو (الأوروبية) الدولية**

هي أداة إستثمارية دولية طويلة الأجل يقوم بإصدارها عادة تجمعات مصرفية دولية ، حيث يتسلم المقترض على الفور قيمة القرض المطلوب من قبله ، مقابل دفعه لنسبة معينة من القيمة الإسمية للسندات إلى التجمع المصرفي ، لقاء توليه ترويج السندات وإدارتها . وتكون المصارف داخل التجمع المصرفي الدولي تحت قيادة واحدة أو أكثر من أعضاء التجمع ، ويجري بعد ذلك تشكيل ما يسمى بمجموعة البيع ، التي تتولى تسويق الإصدار بين المستثمرين النهائيين المشترين للسندات أفراداً ومؤسسات .

101-Euro-Credit Market — **سوق الإئتمان الأوروبي**

يُطلق سوق الإئتمان الأوروبي هذه التسمية على الديون المقدمة بعملات مختلفة (وإن كان الدولار الأمريكي أهمها) الصادرة عن الحكومات والمؤسسات الخاصة من مختلف الجنسيات ، والتي لا تخضع لرقابة السلطات النقدية أو المالية لأي من الدول ، وبالتالي فهي منطقة مالية حرة تقع دائرة عملها خارج حدود الدول ، وإن كان وجودها الفعلي يقع في مركزين رئيسين هما مدينتا نيويورك ولندن بالإضافة إلى طوكيو وسنغافورة .

102-Euro- Dollar Market — **سوق الدولار الأوروبي**

يمثل هذا السوق الإيداعات المصرفية والقروض المقيمة بالدولار في المصارف غير الأمريكية ، أو في فروع المصارف الأمريكية خارج الولايات المتحدة الأمريكية ، والتي لا تخضع لضوابط هيئة الإحتياطي الفيدرالي الأمريكي . وتتصف هذه الإيداعات والقروض بكبر حجمها وقصر فترة إستحقاقاتها .

103- Evolution of Careers — **تطوير المسارات الوظيفية**

تغييرات يتم إدخالها على مسارات العاملين الوظيفية من قبل إدارة الموارد البشرية ، وتُحدث هذه التغييرات إستجابة لتغيرات البيئة . وتتمثل هذه التغييرات بإلغاء وظائف قائمة ، دمج وظائف مع بعضها... الخ .

104-Excess Cash Reservers — **الإحتياطي النقدي الفائض لدى المصرف**

يمثل هذا الإحتياطي ، مجموع المبالغ التي تزيد عن مبلغ الإحتياطي النقدي الإلزامي الذي يجب أن يحتفظ به المصرف والذي يحدده المصرف المركزي .

105-Excise Products Tax Rate — **الضريبة على أساس المنتجات المحددة**

تفرض هذه الضريبة على أساس إنتاج وإستهلاك بعض السلع التي ترغب الحكومة في الحد من إستهلاكها ، لما لها من آثار إجتماعية سلبية ، مثل الضريبة التي تفرضها على المشروبات الروحية، والتبغ ، وغيرها .

106-Exchange Control — **مراقبة الصرف الأجنبي**

إخضاع عمليات الصرف (للعملات) الأجنبي للرقابة الحكومية ، بحيث لا تتم هذه العمليات إلا بالأسعار والشروط التي تحددها السلطات الرسمية الحكومية المعنية .

107-Ex-Devidident Financial paper **ورقة مالية بدون ربح أولي**

تطلق هذه العبارة على سعر الورقة المالية المعروضة للبيع ، إذا إحتفظ البائع بحقه في تحصيل أول ربح أو فائدة مستحقة .

108-Execlusive Agent **وكيل حصري**

ويسميه بعضهم بالتوزيع المطلق وهو أحد أنظمة توزيع المنتجات التي يلجأ إليه أو يستخدمه المنتجون في توزيع وتسويق منتجاهم . بموجبه يعطي المنتج الحق في توزيع سلعته لوكيل واحد فقط وفي منطقة جغرافية معينة أو محددة .

109-Execlusive Distribution **التوزيع الحصري**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Exclusive Agent

الوكيل الحصري

110- Execute **يُنَفِذ**

يضع الشيء (أمر، توجيه ، مهمة ، خطة ...الخ) موضع التطبيق أي يجعله نافذاً، ويكون شاملاً ومسؤولاً عن جميع المراحل أو الخطوات من البداية وحتى النهاية .

111- Executive Information System **نظام المعلومات التنفيذي**

نظام معلومات مصمم من أجل تلبية حاجات الإدارة العليا في المنظمة من المعلومات الإستراتيجية ، حيث يتم الحصول على بيانات خارجية عن الظروف البيئية المحيطة بها ومتغيراقا ، ليجري معالجتها إلكترونياً في النظام المعلوماتي الداخلي لدى المنظمة ، وتقديمها على شكل معلومات للإدارة العليا فقط ، بشكل معالج وواضح ومفهوم يساعدها على رسم إستراتيجية المنظمة وتنفيذها .

112- Executive Manager **مدير تنفيذي**

شخص مسؤول عن تحقيق فعالية الإدارة في المنظمة فيقوم بتنسيق أوجه نشاطها وترجمة إستراتيجيتها وسياساتها إلى حيز الواقع ، عن طريق إصدار أوامر خاصة بتشغيلها . ويعد التقارير وجداول الأعمال لإجتماعات مجلس الإدارة ، ويصدر التعليمات ويراقب تنفيذها ، ويظل مطلعاً على سير أعمال المنظمة ومحتفظاً برقابته عليها من خلال التقارير التي يستلمها من رؤساء الوحدات الإدارية، ويقوم بصنع قرارات تعيين الموظفين الجدد في وظائف الإدارة، وبالتالي فهو حلقة الوصل بين مجلس الإدارة (الملاك) والمنظمة ، وعملها الإنتاجي والإداري .

113-Executive Mangers –Stock Options Incentives **حوافز عروض شراء الأسهم للمديرين التنفيذيين**

نوع من أنواع الحوافز المالية الطويلة الأجل التي تستخدمها بعض المنظمات لتحفيز مديريها التنفيذيين في الإدارة العليا ، حيث تعطيهم الحق بشراء أسهمها عندما يشاؤون بسعر ثابت ضمن عدد محدد من الأسهم. إن تثبيت سعر السهم فيه مصلحة للطرفين المنظمة والمديرين ، فمن مصلحة المديرين السعي لتحسين أداء المنظمة ومركزها المالي من خلال تحقيق الأرباح التي ترفع من سعر السهم في السوق المالي ، فيستفيد المديرون من فارق سعر السهم بين سعره الثابت وسعره في السوق. ومن جهة ثانية فان إرتفاع سعر السهم بحد ذاته هو لمصلحة المنظمة وملاكها ، وبالتالي يخلق هذا النوع من الحوافز مصلحة مشتركة بين الطرفين .

114- Executive Succession Follow-up **متابعة الترقية التنفيذية**

هي إحدى مهام إدارة الموارد البشرية في المنظمات ، تقوم بموجبها بحصر الوظائف التي ستخلو مستقبلاً في المستوى الإداري الأول (الإدارة العليا) ، وتحديد من هم المرشحين لشغل هذه الوظائف من داخل المنظمة وفق حركة الترقيات فيها . وتندرج هذه المهمة ضمن مهام تخطيط الموارد البشرية وفائدته ، أنه يوضح للمخطط في ما إذا كان ملء وظائف الإدارة العليا في المنظمة سيتم من داخلها أم من خارجها في حالة عدم توفر المؤهلين لشغلها فيها .

115-Exhibition **المعرض**

مكان يتم فيه عرض منظم لمنتجات (السلع) العلوم والفنون المختلفة من الناحية النظرية والتطبيقية أي من حيث الفكر والعمل ، بهدف إعلام الرأي العام بمستوى التقدم الذي بلغته هذه العلوم والفنون ، من خلال منتجاتها ، من حيث الفكر العلمي والتطبيقي الخاص بها .

116- Existance Needs **حاجات البقاء**

تمثل الحاجات الأساسية لدى الإنسان ويتوقف بقاءه على قيد الحياة على إشباعها، وبالتالي فهي تشتمل على حاجاته الفسيولوجية كالطعام والشراب ، والراحة ، والجنس ...الخ .

117-Expatriate Employee **الموظف الموفد للعمل**

هو الذي لا يعمل في البلد الموجودة فيه المنظمة المتوظف فيها أي في مقرها الرئيس ، بل يعمل في أحد فروعها في بلد آخر.

118- Expectation Theory **نظرية التوقع**

إحدى نظريات الدافعية الإنسانية وضعها الأمريكي " فيكتور فروم Victor Vroom "عام 1964 وتقوم على فكرة أساسية مفادها : أن الفرد وقبل أن يُقدم على عمل أو سلوك معين لتحقيق هدف وإشباع حاجة لديه ، يقوم بتحديد النتاج (العائد) الذي سيحصل عليه من ورائه وبشكل مسبق . وهو لا يكتفي بتقدير هذا العائد ، بل يعمل على تحديد درجة توقع حدوث السلوك والحصول على الهدف في ضوء إمكاناته والقيود البيئية . ووضع فروم معادلة حسابية بسيطة لحساب القوة الدافعة أو الدافعية في ظل متغيرين إثنين هما : العائد أو النتاج ، ودرجة توقع أو إمكانية القيام بالسلوك ، وهذه المعادلة ما يلي :

$MF = V \times E$ حيث MF تعني القوة الدافعة Motivational Force ، وV النتاج أو العائد Valence و E درجة التوقع Expectation .

119-Expediting Purchasing Order — متابعة أمر الشراء (التوريد)

متابعة المشتري (إدارة الشراء) للمورد أو البائع ، الذي تم التعاقد معه على الشراء ، من أجل إستلام ما تم شراءه منه (البضاعة) في الوقت المحدد والمتفق عليه بينهما .

120-Expense and Revenue Budget — ميزانية الإيرادات والمصاريف

قائمة مالية توضح بصورة نقدية مصادر الإيراد ومختلف أوجه الإنفاق في المنظمة .

121- Experience-Based Interview — مقابلة إكتشاف الخبرة

نوع من أنواع المقابلات التي تستخدم في مجال عمليات الإختيار والتعيين في المنظمات ، حيث يجري تصميم أسئلة بمضمون وصيغة معينة تطرح على المتقدمين للتوظف، لإكتشاف مدى توافق خبرتهم السابقة مع الخبرة المطلوبة للوظائف المتقدمين للتعيين فيها .

122- Experience Curve — منحنى الخبرة

أحد الأساليب المستخدمة في مجال التحليل الإستراتيجي الذي يقوم على فرضية مفادها : إن تزايد الخبرة في إنتاج منتج ما (سلعة أو خدمة) يخفض من تكلفة إنتاج الوحدة الواحدة ، وذلك من خلال ما يلي:

- تحقيق وفورات الإنتاج الكبير الذي يخفض التكلفة الثابتة .
- زيادة مهارة العاملين التي تؤدي إلى السرعة في الأداء وقلة الأخطاء .
- رفع جودة المنتج .
- تحقيق التحسين المستمر للمنتج .

هذه الأمور تساعد المنظمة على كسب حصة أكبر من السوق أو على الأقل المحافظة على حصتها السوقية، من خلال طرح منتجها بجودة عالية وبسعر معقول يساعدها على تحقيق مركز تنافسي جيد في السوق .

123- Experimental Study — دراسة تجريبية

يهدف هذا النوع من الدراسات إلى إثبات صحة فرضية محددة بشكل مسبق ، عن طريق إجراء تجـارب ميدانية أو مخبرية ، حيث بعد ثبوت صحتها تعمم نتائجها ، مثل إجراء إختبار على مدى تـأثير الإضـاءة الجيدة في أداء العاملين .

124-Expert Estimate Method أسلوب الخبرة في التنبؤ

يعتمد هذا الأسلوب في عملية التنبؤ ، على المعرفة العلمية والعملية الموجودة لدى الخـبير أو مجموعـة الخبراء القائمين على عملية التنبؤ في إستقراء وتوقع ما يمكن أن يحدث في المستقبل ، وبالتالي فهو يميل لأن يكون أقل إستخداماً للجانب الرياضي والكمي في التنبؤ .

125-Expert Systems النظم الخبيرة

يُطلق عليها تسمية أخرى هي نظم الدعم الذكية ، وهي عبارة عن نوع متطور من نظم المعلومـات ، وتمثل أحد فروع علم الذكاء الصناعي ، حيث تقوم هذه النظم بتخزين المعلومات (المعارف) على شـكل حقائق وقواعد في قاعدة معرفية تشبه أو تقلد عملية صنع القرارات التي يقوم بها الإنسان الخبير . وتتعامل هذه النظم مع الحالات التي تتصف بأقصى حدود عدم التأكد ، لذلك فإنها تركز عادة على موضـوعات محددة وضيقة جداً ، وتقوم بعمليات الإستنتاج والإستدلال المنطقيين للوصول إلى القرار المناسب .

126-Explanatory Study دراسة تفسيرية

يعمل ويهدف هذا النوع من الدراسات الميدانية إلى اكتشاف العلاقة أو العلاقات بين مجمـوعتين مـن المتغيرات ، الأولى وتسمى بالمتغيرات المستقلة التي تمثل السبب ، والثانية بالمتغيرات التابعـة الـتي تمثـل النتيجة، وعادة ما يتم وضع مجموعة من الفرضيات التي تصف تلك العلاقة ، وتصبح مهمة هذه الدراسـة إثبات صحة أو عدم صحة هذه الفرضيات .

127-Explict Knowledge معرفة صريحة

يشير معنى هذا المصطلح إلى الخبرات ونتائج الدراسات والبحوث والتجـارب المحفوظـة في المراجـع والكتب والوثائق العلمية ، سواء أكانت مطبوعة أو محفوظة إلكترونياً ، وهذه المعرفة من السهولة بمكـان الوصول إليها .

128- Exploratory Study دراسة إستكشافية

دراسة ميدانية تهدف إلى جمع معلومات ميدانياً للتعرف على جوانب مختلفة لمشكلة ما أو موضوع معين ، ومحاولة التوصل إلى رؤية واضحة عنه من خلال دراسة علاقاته السببية ، بحيث يمكن على أساسها القيام أو المضي بالبحث عنها أو عنه . وعليه يمكن القول بأن الدراسة الإستكشافية تهدف إلى تعريـف وتوضـيح المشكلة أمام القائمين بالبحث ، وفتح المجال أمامهم بعد ذلك لمتابعة الدراسة والبحث لإيجاد الحل .

129-Exponential Smoothing Method — أسلوب التعديل الأسي

هو أحد الأساليب الإحصائية التي تستخدم في مجالات التنبؤ بوجه عام والمبيعات بوجه خاص، حيث يتم تحديد الرقم المتنبأ به الجديد بأحد الطريقتين التاليتين :

❶ رقم التنبؤ الجديد : a) [الطلب الفعلي] + [1−a)] × [رقم التنبؤ للفترة السابقة] .

❷ رقم التنبؤ الجديد: [رقم التنبؤ عن الفترة السابقة]+ a) [الطلب الفعلي عن الفترة الماضية] − [رقم التنبؤ عن الفترة الماضية] .

ويشير الرمز a) إلى معامل التعديل الأسي الذي تحتسب قيمته من خلال: $\frac{2}{\text{ن} + 1}$ ، حيث تمثل (ن) عدد الفترات الماضية التي قد تكون شهوراً أو سنوات . ومعامل التعديل الأسي أو التسوية كما يسميه بعضهم ، هو رقم توفيقي لجعل أرقام الإتجاه العام للظاهرة التي تعبر عن حركتها أو ذبذبتها، أقل حدة أو ذبذبة .

130-Export L\C — خطاب إعتماد التصدير

إعتماد وارد من مصرف خارجي لمصرف محلي ، من أجل إتمام عملية تصدير .

131-Ex-Ship — السعر بجانب الباخرة في ميناء الوصول

هو سعر البضاعة المتفق عليه بين البائع والمشتري ، ويشتمل على قيمة البضاعة مضاف عليها تكلفة نقل البضاعة بالباخرة ، وتحميلها، وتفريغها ، والتأمين عليها ، لحين وضعها على رصيف ميناء الوصول بجانب الباخرة .

132- Extended Organigation — المنظمة المتوسعة

منشأة أو مشروع أعمال يعتمد على ويستخدم موارد منشآت أخرى من أجل إنتاج منتجه (سلعة أو خدمة) ، وهذا الإستخدام يكون بموجب إتفاقات طويلة الأجل معها ، حيث تصبح مواردها وإنتاجها بمثابة مدخلات للمنظمة المتوسعة ، وهنا لا يجوز للمنشآت التي تمول المنظمة المتوسعة بمخرجاتها ومواردها تمويل منشآت منافسة للمنظمة المتوسعة . وبالنسبة لتسويق المنتج ، تتفق أيضاً مع شركات تسويق على تسويق منتجها وتفرض عليها عدم تسويق منتجات منافسيها. يتضح لنا بأن المنظمة المتوسعة شكل من أشكال التكامل ، حيث تعتمد على مشاريع سابقة في تمويلها بالمدخلات ، ومشاريع لاحقة لتسويق منتجها دون الإعتماد على مواردها المالية الخاصة .

133-External Control — الرقابة الخارجية

هي التي تتم من قبل أجهزة رقابية متخصصة من خارج المنظمة وتكون تبعيتها في الغالب للدولة، كرقابة البنك المركزي على أعمال المصارف التجارية مثلاً ، والجهاز المركزي للرقابة المالية ...الخ .

134- External Environment **البيئة الخارجية**

مجموعة من المتغيرات المحيطة بالمنظمة (الإقتصاد، القانون ، التعليم ، المنافسون ، سوق العمل ...الخ) التي تؤثر في أهدافها ونشاطها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر، وفي فاعلية أدائها سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية . وتنقسم هذه المتغيرات إلى قسمين: متغيرات عامة وتشكل بيئة عامة تؤثر في نشاط جميع المنظمات كالمتغير الإقتصادي ، والتكنولوجيا . ومتغيرات خاصة تشكل بيئة المنظمة الخاصة مثل: الزبائن ، الموردين ، المنافسون .

135-External Human Resources Sources **مصادر الموارد البشرية الخارجية**

تمثل هذه المصادر سوق العمل ، وتشمل الجهات التي يتوفر فيها إحتياجات المنظمة من القوى العاملة كالجامعات ، والمعاهد ، والمدارس الفنية ...الخ .

136- External Performance Appraisal **تقييم الأداء الخارجي**

تقييم أداء العاملين في المنظمة من خلال المتعاملين معها كالزبائن ، الموردين ، الأجهزة الحكومية، المجتمع...الخ . هذا التقييم هام جداً لأنه يعطي صورة واضحة عن فعالية أداء المنظمة الكلي . ويتم التقييم من خلال إستقصاء رأي هذه الجهات الخارجية بأداء المنظمة (مدى جودة السلعة أو الخدمة ، معاملة الموظفين لهم ...الخ) .

137-External Quality Failure Cost **التكلفة الخارجية لإخفاق الجودة**

تمثل ما تتحمله المنظمة من نفقات نتيجة وصول منتجها للمستهلك أو الزبون وفيه عيوب أو غير مطابق للمواصفات والجودة ، ومثال عليها تكلفة خسارة السمعة في السوق ، تكلفة خسارة زبائن ، تكلفة صيانة السلعة لدى الزبون ، تكلفة مردودات المبيعات ، تكلفة إستبدال السلعة المباعة أوإصلاحها .

138- External Training **التدريب الخارجي**

يتم هذا التدريب خارج المنظمة في معاهد تدريبية متخصصة تمتلك إمكانات وقدرات فنية وتنظيمية ، تمكنها من تنظيم وعقد برامج تدريبية متنوعة في مجالات مختلفة .

139-Extraversive Management **الإدارة المنفتحة**

وتعبر عن الإدارة المعاصرة التي تنظر إلى المنظمة نظرة كلية وليست جزئية ، أي أنها تعمل على تحقيق مفهوم نظرية النظام ، التي تعتبر المنظمة عبارة عن أجزاء وفرق عمل تعمل بشكل متناغم ومتعاون ومتفاعل وفي نسق واحد ، من أجل تحقيق رسالة المنظمة ورؤيتها المستقبلية . وهي تعتبر أن نجاحها يتوقف

على مدى قدرتها على التكيف مع المتغيرات البيئية المحيطة بها ، وأن مسألة رضى الزبـون وسـعادته هـو هاجسها الأول والأخير، فرضاه معناه البقاء والإستمرار . وعملية التطوير والتحسين تنبـع مـن خـارج المنظمة ، فهدفها دراسة ما يريد الزبون والسعي لتحقيق ما يريده بأعلى كفـاءة ، وتقيـيم الأداء بالتـالي يتوقف على مدى تحقيق هذا الرضى . فمسألة الربح تتحقق إذاً من خلال رضى الزبون ، والمجتمع والبيئـة وعدم الإضرار بهما، والملاك والعاملين الذين يسمون جميعاً بأصحاب العلاقة Stackholders . إذاً يمكن القول بأن الرؤية لدى هذه الإدارة رؤية طويلة الأجل وتعتمد إعتماداً كبيراً على الفكـر الإسـتراتيجي وتطبيق مبدأ "إزرع اليوم لتحصد غداً ".

140-Extravert Personality شخصية منفتحة (إنبساطية)

ويقصد بها شخصية غير إنطوائية يتصف صاحبها بحب الإتصال مع الآخرين ، وتكوين علاقات وصداقات إجتماعية معهم ، وهو لا يحب الإنعزالية ، وودود مع من يتصل بهم ، ولديه أصدقاء كثيرون ، ويحب العمل الجماعي ضمن فريق عمل .

141-Extrinsic Motivation الدافعية الخارجية

ويسميها بعضهم بالدافعية غير القوية التي جاء مفهومها عن طريق المفكر السلوكي "فريديريك هيرزبرج Frederck Herzberg " الذي وضح بأن الدافعية الإنسانية تتشكل إما من دافع أو باعث داخلي ، أو خارجي وهي موضوع مصطلحنا هنا ، الذي يشير معناه إلى أنه يمكن من خلال عوامل ومؤثرات بيئية خارجية أن نحرك دافعية الفرد ونشكلها كما نريد ، ونوجهه للعمل والسلوك الذي نرغب فيه ، ومن هذه المؤثرات الحوافز المالية ، الأجور الجيدة ، ضمان العمل والإستقرار وعدم الفصل منه ...الخ . وأشار هيرزبرج إلى أن هذه الدافعية ضعيفة وليست قوية ، لأنه بزوال الحافز أو المؤثر الخارجي تزول الدافعية .

142- Eye Communication إتصال العين

أحد أدوات الإتصال غير اللفظي ، فمن خلال بعض حركات العين مع الحاجب يمكن للإنسان المتصل أن ينقل معاني للآخرين دون أن يتحدث إليهم أو خلال التحدث معهم ، حيث يمكنه أن ينقل رسالة رفض أو موافقة ، فعند فتح العين بشكل واسع مع رفع الحاجبين هذا يعني رفض أو تعجب ، والعكـس صـحيح فتحريك الرموش للأسفل يعني قبول أو موافقة .


F

1- Fabricated Materials **مواد مصنعة**

مواد خام أجريت عليها عمليات تصنيع لتتحول إلى مواد أخرى تستخدم في مجالات صناعية وغير صناعية .

2- Fabricating Parts **الأجزاء المصنعة**

مواد أجري عليها عمليات تصنيع لكنها لازالت غيرقابلة أو غير صالحة للإستهلاك أوالإستخدام النهائي، إلا بعد أن يُجرى عليها عمليات تصنيع أخرى أو تجميع مع مواد أو أجزاء أخرى مصنعة لكي تكون صالحة للإستخدام النهائي ، وهنا تكون قد فقدت شكلها الأصلي وطبيعتها الأصلية .

3- Face Value of Financial Paper **القيمة الإسمية للورقة المالية**

هي القيمة المدونة على الورقة المالية (أسهم سندات) عند إصدارها للبيع أو الإكتتاب العام .

4- Facial Expression Communication **الإتصال من خلال تعابير الوجه**

هو أحد أدوات الإتصال غير اللفظي وجزءاً من لغة الجسد ، فالعبوس دليل على عدم الرضى والحزن ، في حين أن الإبتسام دليل على السعادة والرضى ، فالقلق والخوف والألم جميعها يمكن أن يعبر عنها الإنسان بوجهه دون أن يتكلم ، فعن طريق حركات الحاجبين والخدين والفم يمكن أن يعبر الإنسان عن أشياء كثيرة . وتجدر الإشارة هنا إلى أن تعابير الوجه يمكن أن تحدث أثناء الإتصال اللفظي مع الآخرين أو بدونه ، حيث يمكن من خلال معالم الوجه نقل رسائل للآخرين وأن يعبر الإنسان عن ما بداخله دون أن يتكلم .

5- Factoring **بيع الديون**

طريقة يبيع من خلالها المنتجون وتجار الجملة والتجزئة حساباتهم المدينة إلى مؤسسات مالية متخصصة بقيمة أقل من قيمتها الحقيقية ، حيث تقوم هذه المؤسسات بتحصيلها من المدينين لحسابها . ويتمثل ربح هذه المؤسسات بفرق قيمة الدين الحقيقية عن قيمة شرائه .

6- Factors Comparison Method **أسلوب مقارنة العوامل**

إحدى الطرق المستخدمة في مجال تقييم الوظائف ، حيث يتم التقييم بموجبها بإتباع الخطوات التالية :

- تحديد معايير التقييم .
- إختيار مجموعة أو عينة من وظائف المنظمة بحيث تمثلها من حيث مستواها الإداري وأهميتها وصعوبتها ... الخ .
- تقييم وظائف العينة باستخدام معايير التقييم .

- تقيم بعد ذلك وظائف المنظمة واحدة واحدة عن طريق مقارنة وصف الوظيفة مع نتيجة تقييم ووصف وظائف العينة ، لتحديد أي من وظائف العينة يشابه وصفها وصف الوظيفة التي تقيم ، فالتشابه يعني أن قيمة الوظيفتين هي واحدة .

7- Factors (Elements) of Production عوامل (عناصر) الإنتاج

حدد الإقتصاديون هذه العوامل بثلاثة هي : الأرض ، العمل ، رأس المال ، حيث بدون أحدها لا يوجد إنتاج . وأضاف المختصون بعد ذلك عاملاً رابعاً وهو الإدارة ، وفي الآونة الأخيرة أضافوا عاملاً خامساً وهو التكنولوجيا لتصبح عوامل الإنتاج خمسة .

8- Factory Price سعر المصنع

هو سعر بيع السلعة الذي يحدده مُنتجها عند بيعه لها من أرض مصنعه .

9- Failure Mode and Effects Analysis منهجية تحليل نتائج الفشل وإحتمالاتها

منهجية ظهرت في صناعة مركبات الفضاء في منتصف الستينات من القرن الماضي ، وهي عبارة مجموعة نظامية من النشاطات التي تهدف وتعمل على تحديد وتقييم المشكلات (الفشل) المحتملة في المراحل المبكرة لدورة تطوير المنتج وتحديد أسبابها الجذرية ونتائجها المحتملة ، حيث يكون من السهولة في هذه الحالة إتخاذ ما يلزم من الإجراءات لمعالجتها ، مما يدعم من إعتمادية تصميم المنتج . إذاً يمكن القول أن هذه المنهجية هي توقع ما سيحدث من أخطاء في عملية التصميم والإنتاج ومعالجتها قبل وضع التصميم موضع التنفيذ . وتشتمل هذه المنهجية التحليلية على الجوانب التالية :

- تعريف المشكلة (النشاط) : أي تحديد ما هو النشاط أو الوظيفة .
- تحليل : ما الذي يمكن أن يُحْدِثَ الخطأ ، كيف ظهر، ما هو أثره ، ما هو سببه ، مدى ضرره ، مدى تكراره .
- التصرف أو القرار: في ضوء نتائج التحليل ما الذي يمكن عمله ، تغيير في تصميم المنتج ، تغيير في عمليات التصنيع ، رقابة أكثر ...الخ .

10- Fair معرض

مكان يلتقي فيه البائعون والمشترون ويهدف إلى عرض وترويج السلع ، وقد يتم فيه الشراء وإجراء عقود بيع ، ويستمر المعرض عادة لفترة زمنية معينة .

11-Fair Market Value قيمة السوق العادلة

هي سعر السلعة (أوالخدمة) الذي يتحدد بموجب التفاوض الذي يجري بين البائع والمشتري ، أي بموجب رغبتهما ، فالإتفاق بينهما يعني أنه قد تم تحديد قيمة (سعر) السلعة برضاء الطرفين .

12-Fair price — السعر العادل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Ethical Price

السعر الأخلاقي

13-False Advertising — الإعلان المضلل (المخادع)

يقصد به إحتواء المادة الإعلانية على معلومات تتعلق بالسلعة أو الخدمة المعلن عنها ، وهي معلومات غير صحيحة وغير صادقة ، والغاية من ذلك تضليل المستهلك والكذب عليه ، من أجل حثه على شراء السلعة التي يعتقد بأنها تلبي حاجته كما جاء في الإعلان . ويعتبر التضليل في الإعلان عمل لا أخلاقي ، ودعاية سيئة للسلعة أو الخدمة مع مرور الزمن ، حيث سيعرف الجميع أن المعلن كاذب ، وأن سلعته وما تحمله من مزايا كما جاء في الإعلان غير صحيحة .

14-False Negative Selection Decision — قرار إختيار سلبي خادع

يعبر عن قرار إختيار من أجل التوظيف في المنظمة كانت نتيجته رفض الإستخدام ، لكن هذا القرار كان غير صحيح . وبمعنى أوضح أن الشخص الذي تم رفضه كان صالحاً ومؤهلاً للتوظيف أي أنه جيدٌ ، وهذا يعني أن عملية الإختيار والتعيين قد فشلت في تحديد أهليته وصلاحيته للتعيين . ويمكن الكشف عن هذا الخطأ عن طريق إعادة عملية إختياره أكثر من مرة ، حيث إذا جاءت النتائج إيجابية كان ذلك دليلاً على فشل عملية الإختيار الأولى التي رُفض فيها .

15-False Positive Selection Decision — قرار إختيار إيجابي خادع

يعبر هذا القرار عن قبول تعيين أحد المتقدمين للتوظيف في المنظمة بعد القيام باختبار قدراته وإمكاناته ، لكن هذا القرار كان غير سليم أو غير صائب ، ذلك لأن هذا الشخص كان في الحقيقة غير مؤهل ولا يمتلك الصفات المطلوبة للتعيين ، لكن نجح في عملية الإختيار والإختبارات بسبب عدم الموضوعية أو عدم الدقة أو أي سبب آخر .

16-Family Brand — علامة تجارية أسرية

هي رمز معين يُعطى لمجموعة من السلع (أو الخدمات) التي يكون إستخدامها مترابطاً مع بعضه كمواد التجميل والعطورات ، والمواد الغذائية .. الخ ، حيث ترمز هذه العلامة إلى مجموعة متكاملة من السلع من حيث إستخدامها . الغاية من ذلك هي ربط مجموعة من السلع برمز معين في ذهن المستهلك ، بحيث عندما يشاهدها أو يسمعها ، يأتي في ذهنه مجموعة من السلع وليس سلعة واحدة. ميزة هذا الأسلوب الترويجي أنه يخفض من تكلفة الترويج ، فبدلاً من أن يكون لكل سلعة علامة خاصة بها يروج لها بشكل منفرد ،

يمكن بعلامة واحدة الترويج لعدد من السلع في الوقت نفسه وبذات التكلفة ، ومثال عن هـــذه العلامـــة منتجات Max Factor , Cartier .

17-Family Care Benefit **ميزة الرعاية الأسرية**

مع تزايد دخول المرأة ميادين العمل ، تُقدم بعض المنظمات خدمة للنساء المتزوجات العاملات لـــديها ، وهي فتح دار حضانة أو روضة ، ليضعن أولادهن فيها ، من أجل رعايتهم خلال فترة عملهن في المنظمة .

18-Family Job Conflict **صراع العمل العائلي**

مشكلة عائلية تحدث بين الزوج والزوجة عندما يكون لكل منهما عمل أو وظيفة خاصة به أو بها تعـــود عليهما بدخل . وتتمثل هذه المشكلة برعاية الأطفال الصغار في المترل عند غيابهما عنه للعمل ، فمن يرعى الصغار الزوج أم الزوجة ؟ بالطبع هذه الرعاية ستكون على حساب أحدهما ، وإذا وضعوهما في حضانة أو روضة أطفال سيكون لذلك تكلفة .لحل هذه المشكلة راحت بعض المنظمات تنشئ روضـــة أطفـــال ودار حضانة لديها لحل هذه المشكلة ، ومنظمات أخرى أعطت العاملين المتزوجين الذين لديهم أطفـــالاً حريـــة إختيار وردية العمل المناسبة لهما بشكل ألا يكون دوام الزوجين في نفس الوردية .

19-Family Leave **إجازة عائلية**

تنص قوانين الخدمة المدنية والعمل في العديد من البلدان ، على منح العاملين عدد من الأيام سنوياً تمثـــل إجازة مدفوعة الأجر لغايات معينة أبرزها :

- رعاية الأبوين الكبار في السن .
- الأمومة للنساء .
- الأمراض التي تصيب أحد أفراد العائلة الزوج ، الزوجة ، الأولاد ، حيث يتطلب الأمر رعايـــة وسهر على راحة المريض .

20- Family Production **الإنـتـاج الأسري**

أنظر المعنى في المصلح المرادف :

Household Production

الإنتاج المترلي

21-Fantasy Dreams **أحلام اليقظة**

مصطلح معروف في مجال علم النفس والعلوم السلوكية ، وهو مرض نفسي يصاب به الكثيرون من بـــني البشر ، حيث يتخيلون بأنهم ينجزون أشياء رائعة ويشبعوا حاجات لديهم وهم مستيقظون وليسوا نياماً . ويحدث هذا المرض عندما يفشل الإنسان في تحقيق حاجات جميلة أو ملحة لديه أو أنه مدرك بأنـــه لـــيس

بمقدور إمكاناته تحقيق بعض حاجاته الملحة في الواقع ، فيقوم بتحقيقها في خياله ، وذلك كردة فعل أو إستجابة أو دفاع نفسي ذاتي لدى المريض ، الذي يتصف عادة بقدرة عالية على التخيل والتصور .

22- Fashion Goods **سلع الموضة**

هي السلع التي يجددها منتجوها ويحدثوها بإستمرار ، وتحمل مواصفات وأشياء جديدة ، بما يتماشى مع التطور التقني ، وتغير الأذواق ، وما يطلبه المستهلك في السوق .

23- Favoritism **المحاباة أو المحسوبية في العمل**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Nepotism

24- Feed-Back Control **الرقابة من خلال التغذية العكسية**

ويسميها بعضهم بالرقابة العلاجية ، بموجبها يتم إنتظار حدوث المشكلة لكي تتخذ الإجراءات التصحيحية اللازمة حيالها .

25-Feed-Back Performance Appraisal Interview **مقابلة التغذية العكسية الخاصة بتقييم الأداء**

لقاء يتم بين الرئيس المباشر المقيم ومرؤوسه بعد إنتهاء الأول من تقييم أداء الثاني ، فيه يشرح الرئيس المباشر ويوضح لمرؤوسه نتيجة تقييم أدائه ، فيتناول جوانب القوة والضعف في هذا الأداء ، ويتناقشا بخصوصهما ، ويتفقا على السبل الكفيلة لتلافي جوانب الضعف ، وتدعيم جوانب القوة ، في مسعى مشترك من قبلهما لتطوير أداء المرؤوس للأفضل مستقبلاً .

26-Feed-Back Quality Control **التغذية العكسية للرقابة على الجودة**

تمثل هذه التغذية نتائج الرقابة على جودة المنتج بعد الإنتهاء من عملية تصنيعه ، للتأكد من خلوه من العيوب قبل عرضه للبيع في السوق . وهذه النتائج هي معلومات تعطى لإدارة الإنتاج لتلافى العيوب والثغرات التي ظهرت نتيجة فحص المنتج بعد تصنيعه ، لتعمل على تلافيها في عمليات التصنيع اللاحقة .

27- Feed-Forward Control **الرقابة من خلال التغذية الأمامية**

هي التي تعمل على توقع حدوث المشكلة ووضع الحل اللازم لها قبل حدوثها ، وهذا يتطلب من الجهة الرقابية متابعة مستمرة لسير العمل أولاً بأول .

28- Fidelity Insurance **التأمين ضد خيانة الأمانة**

أحد أنواع التأمين الذي تقدمه الشركات العاملة في هذا المجال للمصارف ، من أجل تغطية مخاطر الإختلاس أو الإهمال من قبل موظفي المصرف .

29-Field Sales Manager — مدير المبيعات الميداني (في الأسواق)

موظف تنفيذي في إدارة المبيعات مسؤول عن مراقبة أعمال مندوبي المبيعات ورجال البيع ، الذين يبيعون السلع في الأسواق ، وبالتالي فمعظم عمله يكون في العادة خارج مكتبه .

30- Field Study — دراسة ميدانية

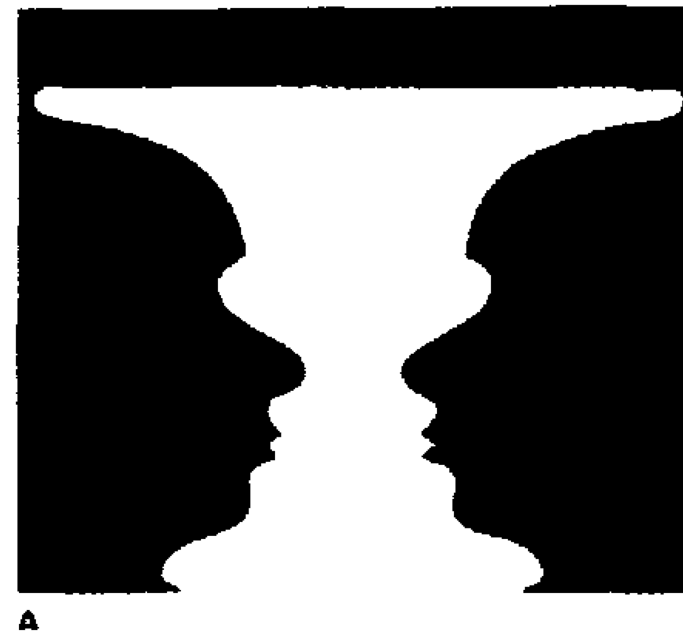
دراسة عن واقع أو موقف معين (مشكلة ، ظاهرة ...الخ) ومحدد ، يتم من خلالها جمع معلومات تفصيلية ميدانية عن كافة الجوانب المتعلقة بهذا الواقع ، واستكشاف أبعاده ، من أجل دراسته دراسة تحليلية ، والتوصل إلى نتائج محددة حياله ، التي على أساسها توضع توصيات مناسبة خاصة به .

31- Files Chronological Order — الترتيب الزمني للملفات

أسلوب معروف في مجال السكرتارية والمحفوظات ، بموجبه تحفظ الملفات والوثائق وفق ورودها الزمني ، أو وفق مقتضيات خلفيتها التاريخية .

32-Figure and Background Perception Method — أسلوب الإدراك عن طريق الشكل والخلفية

يعتبر هذا الأسلوب أحد أساليب تنظيم الإدراك ، حيث يعتمد في إدراك الموقف على مشاهدة الأشياء منعزلة عن خلفيتها العامة ، ويمكن توضيح ذلك من خلال الشكل التالي :



A

فإذا جعل الإنسان خلفية الصورة بلون أسود لشاهد مزهرية ، أما إذا جعلها بلون الأبيض فيشاهد وجهين متقابلين .

33- Finance — تمويل

التمويل بمعناه العام هو : تقديم المال بأشكال متنوعة ممن يملكه إلى من يحسن إستخدامه أو يحتاج إليه .
وفي المعنى الإقتصادي التمويل وظيفة مالية في المنشآت تتكون من :

- تقدير إحتياجات المنشأ من الأموال القصيرة الأجل والطويلة .
- البحث عن المصادر التي يمكن الحصول منها على الأموال والمفاضلة بينها لإختيار أنسبها .
- تحديد مجالات إستثمار الأموال .

- توزيع عائدات إستثمار الأموال على الملاك وحجز الإحتياطات .

34- Finance Cost تكلفة التمويل

هي ما تتحمله المنشأة من تكلفة (فائدة وغيرها) من أجل توفير إحتياجاتها من الأموال ، لتمويل نشاطاتها وعملياتها .

35- Financial Institution Loans القروض المقدمة للمؤسسات المالية

هي القروض التي تقرضها المصارف لمصارف أخرى ، ولشركات التأمين ، وشركات التمويل وغيرها، لمساعدتها في أداء أعمالها .

36- Financial Leverage الرافعة المالية

قيام المصرف بزيادة حجم التمويل المالي للمشروع المقترض ليصل إلى أضعاف رأس ماله المتاح المخصص لضمان هذا التمويل . وتستخدم الرافعة المالية في مجال تمويل المشروعات الصغيرة من قبل المصارف الحكومية ، كدعم ومساندة لها ولنشاطها.

37-Financial Market السوق المالي

ويسميه بعضهم بالبورصة وهو ذلك الحيز المكاني الذي يتم فيه تداول الأوراق المالية على اختلاف أنواعها وفقاً لآلية العرض والطلب فيه . وتجدر الإشارة إلى أنه ليس ضرورياً أن يكون هذا الحيز حيزاً مكانياً أو فيزيائياً ، إذ من الممكن وجود سوق مالي دون إقترانه بمكان محدد ، حيث تتم التبادلات فيه عبر الشبكات والحاسبات الإلكترونية ،كما هو الحال في بورصة أو سوق "ناسداك NASDAC ". ويعتبر السوق المالي جزءاً من القطاع الخاص وليس جزءاً من الجهاز الحكومي ، لكن يكون خاضعاً للرقابة والإشراف عليه من قبلها ، لضمان أمن وإستقرار المعاملات التي تجري فيه . والسوق المالي قد يكون رسمياً أي حاصل على تصريح رسمي من قبل الدولة وهنا يخضع لإشرافها ، أو غير رسمي يخضع للرقابة الذاتية .

38- Financial Market Efficiency كفاية السوق المالي

يقصد بكفاية السوق المالي قدرته على إستيعاب المعلومات المالية المتاحة من مصادر مختلفة ، والإستفادة منها في تحديد أسعار الأسهم والسندات المتداولة . فوفقاً لمفهوم كفاية السوق ، يُتوقع أن تستجيب أسعار الأسهم فيه على وجه السرعة لكل معلومة ترد إلى المتعاملين فيه . وفي ظل المنافسة الشديدة المتوقعة بين المتعاملين للحصول على تلك المعلومات ، فمن المنطقي أن لا يتحقق لأي منهم السبق في الحصول على المعلومات أو في تحليلها ، ومن ثم لن تتاح لأي منهم (المستثمرون) فرصة تحقيق أرباح غير عادية على حساب الآخرين ، وإذا ما حدث ذلك ، فيكون مرجعه الصدفة وحدها ، وأحياناً السرعة في التصرف وإتخاذ القرار .

39- Financial Ratios — النسب المالية

هي إحدى أدوات التحليل المالي ، بموجبها يتم نسبة بنود وأرقام القوائم المالية بعضها إلى بعض، للخروج بنتائج توضح المركز المالي للمنظمة وقدرتها على سداد إلتزاماتها المالية في مواعيد إستحقاقاتها ، وقدرتها على توليد الأرباح وفعالية نشاطها . ومن هذه النسب ما يلي : نسبة التداول ، نسبة السيولة السريعة ، معدل دوران المخزون ، نسب المديونية ، معدل دوران الأصول الثابتة ...الخ .

40- Financing Company — شركة تمويل مالي

ويسميها بعضهم بمؤسسة مالية وهي ليست مصرفاً ، بل شركة تقدم قروضاً لمشاريع الأعمال التي يتصف عملها بدرجة عالية من المخاطرة ، حيث لا تقرضها المصارف بسبب هذه المخاطرة . وتكون معدلات الفائدة التي تضعها على قروضها عالية ، وتطلب ضمانات كبيرة من المقترض .

41- Finished Product Control — الرقابة على المنتج النهائي

تمثل هذه الرقابة المرحلة النهائية في عمليات الرقابة على السلعة المنتهية الصنع ، وتتحدد أهميتها في أنها تُصْدِرْ الحكم النهائي على جودة الإنتاج وصلاحيته للتداول . وتشتمل هذه الرقابة على عمليات إختبار وفحص متنوعة ، للتأكد من سلامة المنتج ومطابقته للمواصفات ومستوى الجودة المحدد مسبقاً .

42- Fire of Work — يُطرد من العمل

إنهاء خدمة وعمل الموظف أو العامل من المنظمة بسبب إرتكابه لمخالفة جسيمة ألحقت ضرراً بها ، وبالتالي فالطرد هو أقسى عقوبة تنزل بحق العاملين ، وهو يختلف عن التسريح من العمل الذي هو بحد ذاته أيضاً إنهاء للخدمة لكن ليس بسبب إرتكاب مخالفة ، إنما بسبب عدم الحاجة لخدمات العامل . بناءً عليه لا يستحق المطرود من العمل أي تعويض في حين يستحق المسرح .

43- Firm Bidding — عرض بيع نهائي

هو عرض يقدمه بائع أو مورد لبضاعة أو خدمة لمشتري بسعر غير قابل للتعديل أو التخفيض .

44- Firm Buying — عرض شراء ثابت

هو عرض يقدمه مشتري لسلعة (أو خدمة) لمنتج أو بائع وهو نهائي وثابت وغير قابل للتفاوض ولا التغيير .

45- First Impression Error — خطأ الإنطباع الأول

خطأ يقع فيه أعضاء لجان المقابلات مفاده ، أنهم يصدرون حكماً أولياً (سواء أكان إيجابياً أم سلبياً) عن الشخص الذي يقومون بمقابلته ، فمثل هذا الحكم المبكر من تنفيذ المقابلة يضع سداً أمامهم للحصول على معلومات أكثر عن الشخص الذي يقابلونه ، حيث يقنعون أنفسهم بمقولة معروفة وشائعة :

" المكتوب واضح من عنوانه " ، فالحكم السريع نتيجة الإنطباع الأول ، يقنع عضو المقابلة بأنه قد توصل للقرار المناسب ولا داعي للحصول على معلومات أكثر وهذا بحد ذاته خطأ .

46- First In- First Out (F.I.F.O) **الداخل أولاً خارج أولاً**

إحدى الطرق أو القواعد المستخدمة في مجال التخزين وتنظيم صرف المخزون ، بموجبها يتم صرف كميات المخزون من المواد أو السلع وفق ما يلي : أن البضاعة أو المواد التي دخلت المخزن أولاً يجب صرفها منه أولاً . والغاية من ذلك منع تقادم المخزون وبقائه لفترة طويلة من الزمن في المستودع ، الأمر الذي يعرضه للتلف والبوار .

47- First Line Employees **العاملون في الخط الأول**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Shop Floor Workers

العاملون في قاعدة الهرم التنظيمي

48- First –Line Supervisors **المشرفون المباشرون**

ويمثلون الإدارة المباشرة ، ويشرفون على تنفيذ الأعمال (الإنتاجية ، أو المكتبية) من قبل العمال والموظفين غيرالرئاسيين في قاعدة الهرم التنظيمي للمنظمة . فهم الذين يضعون الأوامر والقرارات والتوجيهات...الخ ، موضع التطبيق الفعلي ويوجهون العمل ، وهم أيضاً الذين يعدون التقارير عن ما أنجز من الأعمال ورفعها للمستويات الإدارية الأعلى للإطلاع والمتابعة .

49- First Mortgage Bonds **سندات مضمونة برهن من الدرجة الأولى**

هي سندات مضمونة برهن أولي على كل أو جزء من ممتلكات الشركة أو الجهة التي أصدرتها .

50- Fiscal Agent **وكيل مالي**

هو الجهة المُوْكَلْ إليها إدارة إصدارأية سندات مالية ودفع قيمتها وفوائدها في مواعيد الإستحقاق بالنيابة عن الجهة المصدرة لها . وتقوم المصارف غالباً بدور الوكيل المالي للمؤسسات التي تقترض عن طريق إصدار السندات .

51- Fish Bone Chart **خريطة عظم السمكة**

نموذج ياباني صممه " أوشيكاوا" ويستخدم في مجال إدارة الجودة الشاملة . وهو أداة تستخدم في تتبع شكاوى الزبائن المتعلقة بالجودة وتحديد مصادر الخطأ والقصور لتلافيها ، ويركز على تأثير المشكلات بعضها ببعض والعلاقة القائمة بينها ، حيث في كثير من الأحيان مشكلة ما تخلق مشكلة ثانية ، والثانية تخلق مشكلة ثالثة وهكذا . لذلك يعمد هذا النموذج على دراسة أثر المشكلات ببعضها ، للعمل على حلها وإدخال التحسينات المناسبة .

52- Five Rights in Purchasing — الصحاح الخمسة في عمليات الشراء

مفرد الصحاح هو صحيح أي الجيد ، حيث يعبر هذا المصطلح عن هدف عملية الشـــراء في المنظمـــات التي تتمثل بما يلي :

- Right Quality — الشراء بالجودة المناسبة أو الصحيحة .
- Right Quantity — الشراء بالكمية المناسبة أو الصحيحة .
- Right Price — الشراء بالسعر الجيد أو الصحيح .
- Right Time — الشراء بالزمن الجيد أو الصحيح أو المطلوب .
- Right Source — الشراء من المورد الجيد أو الصحيح .

53- Fixed Budget — موازنة ثابتة

هي قائمة مالية تقديرية تعد على أساس مستوى نشاط محدد ، لا تتغير تكلفته بتغير حجمه .

54- Fixed Capital — رأس المال الثابت

يمثل رأس المال الثابت مالياً ، كافة أموال المنظمة المستثمرة في أصول أو موجودات ذات طبيعة دائمـــة ، أي التي لا تستهلك في سنة مالية أو سنة نشاط واحدة ، بل أكثر من سنة ، مثل الآلات ، والتجهيـــزات ، والمفروشات ، ووسائط النقل وغيرها.

55- Fixed Cost — تكلفة ثابتة

تُحَمَلْ الوحدة المنتجة هذه التكلفة بغض النظر عن كمية الإنتاج ورقم المبيعات ومثال عليها : الإيجـــار ، إهتلاك الآلات ، التأمين ... الخ . وتجدر الإشارة إلى أن إرتفاع عدد الوحدات المنتجـــة يخفـــض نصـــيب الوحدة المنتجة الواحدة من هذه التكلفة .

56- Fixed Location Storing Method — أسلوب التخزين في موقع ثابت

يتم التخزين بموجب هذا الأسلوب عن طريق تخصيص مكان أو موقع ثابت وخاص لكل مادة أو صـــنف مخزن في المستودع ، بحيث لا يخزن فيه سواه ، وإن كان الموقع فارغاً .

57- Fixed-Pay Rate System — نظام معدل الأجر الثابت

أحد الأنظمة التي تستخدمها المنظمات الصناعية التي لديها خط إنتاج نمطي آلي ، في دفع أجور العمـــال الذين يعملون على هذا الخط ، الذي يعتبره هذا النظام عملاً (كتلة) واحداً يعمل فيه عشرات العمال ، الذين يؤدون أعمالاً بنفس المستوى من الأهمية ، حيث يدفع لهم أجراً أساسياً واحداً ، بغض النظـــر عـــن كمية الإنتاج التي ينجزها الخط الإنتاجي .

58- Fixed Rate Mortgage Loan القرض المرهون ذو معدل فائدة ثابت

هو أحد أنواع القروض برهن لتمويل شراء العقارات ، ويشير إلى إعطاء المقرض إلى المتقدم للحصـول على قرض خياراً بتحديد الموعد الذي سيحدد فيه الطرفان سعر الفائدة على القرض ، وهذا الخيار ينصب على واحد من الخيارات الثلاثة التالية :

- في وقت تقديم الطلب .
- في وقت إصدار رسالة المتعهد (المقترض) .
- في تاريخ شراء العقار .

ويتم سداد قيمة القرض وفوائده على أقساط متساوية على إمتداد فترة زمنية متفق عليها بـين الطـرفين وتسمى بفترة الإستحقاق .

59- Fixed Rate of Foreign Currency سعر صرف العملة الأجنبية الثابت

سياسة تتبعها المصارف المركزية من خلالها يتم تثبيت سعر العملة الأجنبية كالدولار واليـورو ، وذلـك كشار أو كبائع للعملة الأجنبية ، بغية حصر تغير سعرها ضمن حدود ضيقة .

60- Flat Loan قرض الدفعة الواحدة

هو أحد أنواع القروض التي تمنحها المصارف لزبائنها وبشكل خاص المصارف العقاريـة ، حيـث يـتم سداد مبلغ القرض كاملاً في نهاية المدة المتفق عليها ، ويكون هذا القرض في الغالب قصير الأجل .

61- Flat Organization منظمة منبسطة

هي التي يكون هيكلها التنظيمي ليس طويلاً أي عدد المستويات الإدارية فيه ليس كبيراً ، وتعتمد علـى جماعية العمل في كل مستوى إداري ، أي أنها تنتهج أسلوب فرق العمل ، وتعتمد على تفـويض واسـع للسلطات ، والمرونة ، والتنسيق ، وسرعة الإتصال بكافة الإتجاهات ، والتخصص الواسع ، ودرجة عالية من اللارسمية ، ودرجة ضعيفة جداً من البيروقراطية .

62- Flexible Benefits Plan خطة المزايا الوظيفية الإضافية المرنة

تقدم المنظمات للعاملين لديها مزايا وظيفية إضافية على شكل خدمات متنوعة كحوافز لهـم كالتـأمين على الحياة ، والتأمين الصحي ، دار حضانة ...الخ . وكي يستفيد العاملون من أكبر عدد ممكن من هـذه المزايا ، تخصص المنظمة لكل فرد من العاملين مبلغاً محدداً ، وتسمح له بأن يشترك بنسب مئوية متفاوتـة من هذا المبلغ في هذه الخدمات ، ليستفيد من أكبر عدد منها ، كأن يشترك بنسبة 50% منـه في التـأمين على الحياة ، و25% في التأمين الصحي ، و25% في تكاليف حضانة أولاده ، فبهذا الشكل المرن يكـون العامل قد إستفاد من أكبر عدد ممكن من هذه المزايا لكن بنسب متفاوتة وفقاً لحاجته لكل منها .

63- Flexible Budget الموازنة المرنة

قائمة مالية تقديرية تُعد على أساس مستويات مختلفة من النشاط ، فعلى سبيل المثال يحدد رقم شراء المواد الأولية بمبلغ يتراوح ما بين مليون ومليون ونصف وحدة نقدية ، لتغطية كمية إنتاج تتراوح بين 10000 و 15000 وحدة منتجة .

64- Flexible Career Paths ممرات (مسارات) الخدمة والمستقبل الوظيفي المرنة

يسميها بعضهم بمسارات الترقية الوظيفية ، وهي عبارة عن خطوط أو قنوات مرنة تمثل حركة إنتقال العاملين في المنظمة من قاعدة الهرم التنظيمي للمستويات الإدارية الأعلى عن طريق الترقية ، وذلك خلال حياتهم الوظيفية . وبالتالي فالممر يمثل حركة تطور ونجاح الفرد المستقبلي في عمله خلال سنوات خدمته في المنظمة . هذا المسار أو الممر يجب أن يكون مرناً ، بمعنى أن الترقية لا تكون لوظيفة واحدة فقط في المستوى الإداري الأعلى ، بل يمكن أن تكون لعدة وظائف شاغرة في هذا المستوى ، شريطة توافق إمكانات المرشح للترقية مع متطلبات شغل هذه الوظائف الشاغرة . إذاً هذه المرونة وفرت بدائل متعددة لترقية العاملين ولم تحصرها في وظائف محددة متخصصة .

65- Flexible Daily Work Hours ساعات العمل اليومية المرنة

إحدى طرق تنظيم ساعات العمل اليومية في المنظمات ، يتم بموجبها تقسيم ساعات العمل اليومية الرسمية إلى قسمين : الأول إلزامي تحدده المنظمة وعلى العاملين الإلتزام به ، والثاني إختياري ، حيث يختار الفرد الفترة التي تناسبه ليداوم فيها ويكمل بها ساعات عمله اليومية . فإذا كانت ساعات العمل الرسمية (8) ساعات يمكن أن تقسم المنظمة هذه الساعات إلى قسمين : الأول من الساعة 7 وحتى 11 صباحاً ، والثاني يمكن أن يداومه خلال الفترة من الساعة 11 صباحاً وحتى الساعة (11) ليلاً ، هذا إذا كانت طبيعة العمل فيها أكثر من وردية وتسمح بتجزئة وقت العمل الرسمي .

66- Flexible Defense Strategy إستراتيجية الدفاع المرن

تقوم هذه الإستراتيجية على مبدأ الكر والفر أي مهاجمة المنظمات المنافسة تارة تطبيقاً لمبدأ الهجوم خير وسيلة للدفاع ، والتراجع من أجل الدفاع تارة أخرى ، فعملية التراجع تهدف إلى إعادة تجميع قوى المنظمة وإمكاناتها للدفاع عن نفسها أو الهجوم ثانية على المنظمات المنافسة ، وهكذا تستمر العملية .

67- Flexible Employees العاملون المرنون

يشير هذا المصطلح إلى المرونة في أداء العاملين أو مرونة قوة العمل في المنظمة ، وهذا يعني أن تمتلك المنظمة موارد بشرية أو قوة عمل لديها عدة مهارات ، بشكل تمكنها من ممارسة عدة مهام أو أعمال ،

فهذه المرونة تتيح للعاملين حرية الحركة والإنتقال من عمل لآخر بسهولة ، مما يجعل المنظمة قـادرة علـى التكيف السريع مع المتغيرات البيئية الداخلية والخارجية .

68-Flexible Manufacturing التصنيع المرن

هو إستخدام آلات وتجهيزات ووسائل مناولة ، تؤدي أكثر من عمل أو خدمة ، أي أنها متعددة الوظائف وهي تعمل بوساطة الحاسوب ، حيث تتم مراقبة نظام العمل كله بوساطة حاسوب مركزي . فعندما تكون إحدى الآلات المتعددة الوظائف عاطلة عن العمل بعد إتمامها لعملية معينة ، يوجه الحاسوب المركزي جزءاً جديداً من العمل غير الذي أنجزته الآلة المتعطلة بشكل تلقائي لتؤديه آلة أخرى ، بعد التأكد من أن الجزء الجديد يقع في حزمة الوظائف التي تؤديها هذه الآلة ، ويمكنها أداؤها .

69-Flexible Specialization at Work التخصص المرن في العمل

صفة عامة وُصف بها مدخل تصميم العمل المعاصر، بما يتماشى مع التغيرات الإقتصادية المعاصرة، وشعاره المرونة في كل شيء ويمكن تلخيص هذه المرونة بما يلي :

- إستخدام آلات ومعدات قادرة على إنتاج تشكيلة سلعية وليس سلعة واحدة فقط .
- تصميم العمل على أساس جماعي فرق عمل ، فالوظيفة أو المرحلة الواحدة ينجزها مجموعة أفراد وليس فرداً واحداً ، وداخل الفريق يمكن للعضو أن يمارس أعمالاً متنوعة .
- توظيف موارد بشرية ماهرة تمتلك عدة مهارات لتحقيق مرونة إنتقال العمال من عمـل لآخـر حسب الحاجة .
- الإعتماد على الرقابة الذاتية ضمن فريق العمل (مرونة الرقابة) .
- توزيع الآلات والمعدات حسب متطلبات العمل ، وإلغاء تجميع الآلات التي تؤدي عملاً واحـداً في مكان عمل واحد .

70- Flip Chart of Creative Ideas خريطة إثارة الأفكار المبدعة

تستخدم هذه الخريطة في مجال تطبيق أسلوب العصف الذهني ، وهي عبارة عن خريطة بيانية تعلق علـى جدار القاعة التي يطبق فيها هذا الأسلوب ، حيث بمجرد أن يقدم أحد أعضاء فريق العصف الذهني فكرة تسجل عليها مباشرة ، بشكل يتمكن باقي الأعضاء أن يضيفوا عليها أفكاراً في أي وقت ، وهكذا تتوالـد الأفكار وجميعها مسجل على الخريطة .

71- Floating Rate Bonds سندات ذات سعر الفائدة المتحرك (العائم)

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، حيث يكون سعر الفائدة مرتبطـاً بسـعر الفائدة السائد في سوق رأس المال ، لذلك يجري تعديل سعر فائدتها ليتماشى مع المتغيرات التي تطرأ علـى سعر الفائدة .

72- Floating Rate of Foreign Currency — سعر صرف العملة الأجنبية العائم

يقصد به ترك تحديد سعر صرف العملة الأجنبية لظروف العرض والطلب في السوق ، دون تدخل من المصرف المركزي .

73- Floor Broker — سمسار الصالة

يعمل هذا النوع من السماسرة في صالات الأسواق المالية التي يتم فيها تداول الأوراق المالية في السوق، وبالتالي فهو يقدم خدمة التداول (البيع والشراء) لمن يطلبها لقاء أجر محدد . وتتركز أعماله بشكل خاص مع بيوت السمسرة الموجودة في السوق المالي ، من خلال تنفيذه لصفقات لم تستطع هذه البيوت تنفيذها ، بسبب عدم توفر الوقت لديها وزحمة العمل ، وقد أطلق عليه في الولايات المتحدة الأمريكية تسمية سمسار الدولارين، Tow-Dollar Brokers لأنه كان يتقاضى دولارين عن كل مئة سهم ينفذها في الصالة بيعاً وشراءً . ويوفر وجود هذا النوع من السماسرة في السوق المالي ، الفرصة لبيوت السمسرة وللبورصة بشكل عام ، أن تتجنب الإختناقات في عمليات التداول ، كما يساعدها على تقليص السماسرة الوكلاء المستخدمين لديها لإتمام معاملاتها في السوق.

74- Floor Traders — تجار الصالة

أشخاص يعملون في السوق المالي ولحسابهم الخاص ، من خلال عملية المضاربة في صالة التداول بالسوق. وهؤلاء يدفعون رسوماً ومن حسابهم الخاص لقاء عضويتهم في السوق .

75- Flow-Process Chart — خريطة تدفق (سير) العملية

تستخدم هذه الطريقة في مجال تبسيط الإجراءات ، حيث على ضوء المعلومات التي تتضمنها (بعد ملء النموذج من قبل المحلل من واقع العمل الفعلي أو من دليل إجراءات العمل) يتبين للمحلل الخطوات التفصيلية التي يمر بها أداء العمل ، وذلك منذ بدايته وحتى نهايته بشكل متسلسل ومبسط . فمن خلال دراستها وتحليلها يمكن للمحلل أن يُكَوِنْ فكرة واضحة عن أداء العمل ، بما يساعده على تحديد نقاط الضعف وأسبابها ، التي تعيق وتؤخر إنجازه ، وتهيئ تفكيره لاقتراح الحلول اللازمة لتلافيها . ويستخدم المحلل في العادة نموذجاً مطبوعاً مسبقاً يتضمن رموزاً محددة ومتفقاً عليها ، والغاية منها توضيح خطوات أداء العمل بشكل مختصر ، وتسهيل عملية المتابعة والتحليل ، وسنوضح فيما يلي هذه الرموز :

- عملية: Operation ويرمز لها بحرف (O) وتعني القيام بعمل محدد على المعاملة أوالوحدة المنتجة أو الخدمة .
- نقل : Transportation ويرمز له بإشارة ⟵ ويعني نقل المعاملة أو الوحدة المنتجة أو الخدمة من مكان لآخر.

- تأخير أو انتظار: Delay ويرمز له بالحرف (D) ، ويعني تأخير سير العمل أو المعاملة لفترة زمنية محددة دون إتخاذ أي إجراء عليها .
- المراجعة والتفتيش: Inspection ، ويُرمز لها بإشارة □ ، وتعني القيام بفحص العمل للتأكد من كمية وجودته .
- تخزين أو حفظ : Storage ، ويرمز له بإشارة ▽ ، وتعني حفظ أو تخزين المعاملة أو الوحدة المنتجة بعد الإنتهاء منها ، ولحين طلبها .

76- Flow Production الإنتاج المتدفق

يستخدم هذا المصطلح للدلالة على خط إنتاج مكون من عدة مراحل إنتاجية (تصنيعية) متسلسلة ، حيث ينساب المنتج تحت الصنع من مرحلة لمرحلة أخرى حتى ينتهي تصنيعه ، وكل مرحلة متخصصة بتصنيع جزء من المنتج ، وبالطبع لا يمكن البدء بالمرحلة اللاحقة إلا بعد الإنتهاء من المرحلة السابقة ، وبالتالي ينساب المنتج أو يمر في جميع مراحل التصنيع .

77- Flow Production Designe Type نمط تصميم الإنتاج المتدفق

صمم هذا النموذج من الإنتاج من أجل تلافي فترات الإنتظار التي تحدث على خط الإنتاج في المصانع ، حيث لا يمكن البدء بالمرحلة الإنتاجية التالية إلا بعد الإنتهاء من المرحلة الحالية . بموجب هذا النمط أمكن توحيد زمن إنتاج أجزاء المنتوج أي أن جميع مراحل إنتاج السلعة متوازنة زمنياً أي تستغرق نفس الوقت ، بهذا الشكل لم تعد هناك فترات إنتظار بين مراحل الإنتاج على الخط الإنتاجي . وقد إستخدمت عدة وسائل من أجل تحقيق هذا التوازن مثل :

- جعل المنتج ذي أبعاد قياسية واحدة .
- تسليم مواد التصنيع بالوقت المحدد .
- زيادة عدد الآلات والعمال في المرحلة الإنتاجية التي تستغرق وقتاً أطول .
- صيانة مستمرة للآلات لمنع توقفها .
- فحص جودة مستمر على خط الإنتاج ولجميع المراحل .

78- Fly back Timing التوقيت الإرتدادي

أسلوب خاص يستخدم في مجال توقيت العمل ، حيث تستخدم ساعة خاصة لقياس الزمن الذي يستغرقه كل عمل أو كل خطوة أو كل مرحلة ، فبعد قياس الزمن الذي إستغرقته العملية أو...الخ بوساطة هذه الساعة ، تعاد عقاربها إلى الصفر لقياس زمن الخطوة أو المرحلة ...الخ الثانية . بهذه الصورة يمكن معرفة زمن مباشرة كل خطوة أو كل مرحلة ...الخ ونهايتها ، وكم إستغرقت من الوقت .

79- Flypaper Recruitment **الإستقطاب الزائف**

أحد الأساليب المستخدمة في إستقطاب الموارد البشرية للعمل في المنظمات والذي يعتمد على نشر إيجابيات العمل في المنظمة فقط ، من أجل ترغيبها للعمل لديها دون أن يتعرض إلى ذكر أو نشر النواحي السلبية الموجودة لديها ، وبالتالي يمكن القول بأن هناك غش في العمل الإستقطابي الذي تقوم به المنظمة . وينطبق هذا الوصف أيضاً على الإستقطاب الذي يذكر مزايا العمل في المنظمة ، علماً أنها غير موجودة في الواقع أو موجودة لكن بشكل مغاير لما وضحه الإستقطاب .

80-(F.N.S.M) Stock Classification **تصنيف المخزون حسب معدل دورانه**

تصنف المواد المخزنة بموجب هذا الأسلوب وفقاً لمعدل أو سرعة دورانها أو حركتها ، التي يعبر عنها بعدد مرات شراء الصنف أو المادة وتخزينها وصرفها من المستودع للإستخدام . في ضوء معدل الدوران يمكن أن تصنف المواد إلى مجموعات حسب ما يلي :

- مجموعة المواد السريعة الحركة Fast .
- مجموعة المواد عادية الحركة Normal .
- مجموعة المواد بطيئة الحركة Slow .
- مجموعة المواد الراكدة (التي لا تتحرك) Not-Moving .

81-Focus Strategy **إستراتيجية التركيز**

تعمل هذه الإستراتيجية على تركيز جهود المنظمة وإمكاناتها على قطاع أو مجال عمل معين ، بحيث توليه جهداً وإهتماماً كبيراً من أجل التميز فيه وتحقيق الفائدة والربح والتفوق على المنافسين .

82- Folkways **التقاليد والعادات**

مجموعة المعتقدات ، والقيم، والقواعد السلوكية السائدة في المجتمع أو في جماعة ما، تؤمن بها غالبية الناس فيهما، ويلتزمون بها كعرف سائد بينهم ، وهي متوارثة عبر الأجيال الماضية ، حيث ينقلها جيل الحاضر لجيل المستقبل ، وبالتالي فهي تؤثر في سلوك الفرد في المجتمع وفي مكان العمل .

83-Food Service Employee Benefit **خدمة الطعام كميزة وظيفة إضافية**

خدمة تقدمها بعض المنظمات للعاملين لديها كحافز ، عن طريق إنشاء مطعم أو كافيتيريا تقدم وجبات الطعام لهم خلال فترة الغداء وبأسعار مخفضة ، فبدلاً من ذهابهم إلى مطاعم خارجية وتحملهم عناء الإنتقال والأسعار الأعلى وضياع الوقت ، تقدم المنظمة لهم هذه الخدمة ، التي من خلالها تضمن أيضاً تناول العاملون أطعمة نظيفة وصحية للحفاظ على صحتهم لما فيه من مصلحة لهم وللمنظمة .

84- Foot- Hold Firm-Market — شركة وجدت لنفسها موطيء قدم في السوق

شركة مسالمة لا تهدف إلى منافسة الشركات الأخرى وتتجنب الصدام معها وخاصة الكبيرة الحجم ذات الإمكانات العالية ، لذلك تعمل على إكتشاف فراغات أو فجوات في السوق لا تقع ضمن دائرة إهتمام الشركات الأخرى فتقوم باستغلالها وبيع منتجاتها (أو خدمتها) فيها . وإذا لم تجد هذه الفجوات تعمل على توطيد نفسها في السوق وتحصل على حصة منه من خلال إيجاد ميزة تنافسية في منتجها غير موجودة في السلع المنافسة لها .

85- Forcating Control — رقابة تنبؤية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Preventive Control

الرقابة الوقائية

86- Forced Choice Method — أسلوب الإنتقاء الإجباري

أحد أساليب تقييم أداء العاملين ، بموجبه يتم جمع وحصر عدد من العبارات التي تصف أداء الموظف أو العامل سواء من الناحية الإيجابية أو السلبية . وتقسم العبارات إلى مجموعات ثنائية بحيث تضم كل مجموعة ثنائيتين ،كل ثنائية تضم عبارتين ، الثنائية الأولى تصف النواحي الحسنة في الأداء ، والثنائية الثانية تصف النواحي السلبية في أدائه ، وفي ما يلي مثال عن هذه المجموعات :

المجموعة (1) :

ثنائية (أ) : سريع الفهم والملاحظة .

سريع البديهة .

ثنائية ب : إتكالي .

غير متعاون .

ويجبر المقيم على إختيار عبارتين من كل مجموعة ، الأولى تكون أكثر إنطباقاً على الموظف والثانية أقل إنطباقاً عليه ، ولكل عبارة قيمة (وزن) رقمية تمثل أهميتها تكون سرية لا يعرف عنها المقيم شيئاً ، ويتم تحديد تقييم الموظف بمطابقة العبارات التي إختارها المقيم مع الأوزان السرية .

87- Forced Distribution Method — أسلوب التوزيع الإجباري

أحد الأساليب التقليدية التي إستخدمت لسنوات عديدة في مجال عمليات التقييم وبشكل خاص تقييم أداء العاملين ، وقد إستنبطت فكرته من مفهوم إحصائي معروف هو ظاهرة التوزيع الطبيعي الذي يفيد بأن ظواهر الطبيعة يتوزع تكرار قيمها على شكل ناقوس ، حيث تتركز النسبة الأكبر من هذه التكرارات

حول قيمة وسطى ، ثم تتوزع أو تتشتت قيمها بشكل متناظر إيجاباً لليمين وسلباً نحو اليسار . ويقوم تنفيذ هذا الأسلوب على الأسس التالية :

- يجري التقييم لمجموعة من العاملين عناصرها متشابهة وليست متماثلة .
- لا يتم التقييم بشكل إفرادي لكل عنصر على حده ، بل بمقارنة العناصر بعضها مع بعض لاختيار الأفضل أو الأسوأ .
- يتم التقييم بشكل كلي أي مقارنة العنصر (الموظف مثلاً) ككل مع العناصر الأخرى (باقي الموظفين) ككل .
- تقسيم عناصر المجموعة التي تقيم إلى خمس فئات تقييم بنسب متناظرة : الأولى ممتاز ونسبتها 10% من المجموع الكلي ، الثانية جيد 20% ، والثالثة متوسط 40% ، الرابعة أقل من وسط 20% ، الخامسة ضعيف 10%.

في ضوء ما تقدم يجري التقييم عن طريق مقارنة وتقييم عناصر المجموعة مع بعضها لإنتقاء 10% على أنهم ممتاز ، ومن الباقي يُختار 20% جيد وهكذا حتى ينتهي التوزيع والترتيب ، حيث يكون أفراد المجموعة قد وزعوا على فئات التقييم الخمس بشكل متناظر.

88-Fordism — الفوردية

صفة أطلقت على منهجية"هنري فورد Henery Ford"رائد صناعة السيارات الأمريكية في مطلع القرن الماضي في مجال تصميم العمل الإنتاجي المصنعي ، حيث إعتمد على أفكار " تايلور " في مجال تقسيم العمل والتخصص . وتتكون منهجيته مما يلي :

- إستحداث خط الإنتاج التجميعي المستمر أو المتدفق .
- إستحداث نظام الوصل الداخلي الذي بموجبه جعل لكل مرحلة من مراحل خط الإنتاج التجميعي خط فرعي خاص بها لتمويلها بمستلزمات العمل .
- الإعتماد على مبدأ تقسيم العمل والتخصص على مستوى العمال والآلات بآن واحد .
- تخطيط الإنتاج .

وتهدف هذه المنهجية إلى رفع الإنتاجية وتسريع العمل وخفض تكلفة التشغيل .

89- Foreign Currency Account — حساب بعملة أجنبية

حساب مصرفي يسمح لفاتحه بإيداع وسحب عملات أجنبية باستثناء العملة المحلية .

90- Foreign Exchange Department — إدارة(أو قسم) التداول بالعملات الأجنبية في المصرف

تنحصر مهمة هذه الإدارة في المصارف التجارية في بيع وشراء العملات الأجنبية لصالح المصرف ، والقيام بعملية التحوط ضد مخاطر تقلبات أسعار صرفها ، التي تؤثر في مركز المصرف المالي .

91- Foreign Exchange Market — سوق العملات الأجنبية

هو السوق الذي يتحدد فيه سعر العملة مقيمة بسعر عملة أخرى ، وبالتالي يتحدد هذا السعر باتجاهين كما هو الحال في المثال التالي وهو تحديد سعر الدولار الأمريكي واليورو:

الإتجاه الأول : مقدار الدولارات اللازمة للحصول على يورو واحد ، وهنا يسمى هذا السعر سعر اليوريو بالدولار .

الإتجاه الثاني : عدد اليورو اللازم للحصول على دولار أمريكي واحد ، وهنا يسمى هذا السعر سعر الدولار باليورو.

وهنا تصدر نشرة يومية عن سعر صرف العملات بالعملات الأخرى في السوق .

92-Foreign Investments Recruitment — إستقطاب الإستثمارات الخارجية

مجموعة من العوامل والتسهيلات التي تشكل منها الحكومات سياسة لتشجيع وإستقطاب الإستثمارات الخارجية التي أهمها مايلي :

- توفير بيئة قانونية موضوعية وعادلة .
- توفير بيئة ضريبية منطقية ومقبولة .
- توفير الطاقة (ماء، كهرباء، وقود) بأسعار مقبولة ومشجعة .
- كبح جماح البيروقراطية والفساد الإداري الحكومي .
- توفير حماية للملكية .
- توفير الإستقرار الأمني والسياسي .
- حرية تحويل الإيرادات للخارج .
- وجود نظام مصرفي متطور .
- توفير اليد العاملة الماهرة .
- توفير البنية التحتية كالطرق ، وأدوات الإتصال السريع ، المشافي ، المطافي...الخ .

93- Formal Authority Line — خط السلطة الرسمية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Line of Command

خط سلطة الأمر

94-Formal Communication **إتصال رسمي**

يسميه بعضهم بالإتصال التنظيمي الرسمي الذي تمثله خطوط السلطة الرسمية التي تربط المستويات الإدارية وتقسيماتها بعضها ببعض . فمن خلال هذه الخطوط تحدث إتصالات هابطة من المستوى الإداري الأعلى للأدنى تنقل أوامر وتعليمات وتوجيهات . وإتصالات صاعدة بالإتجاه المعاكس من الأدنى للأعلى تنقل معلومات رقابية ، ومقترحات ... الخ ، وإتصالات أفقية تتم في نفس المستوى الإداري لغايات التنسيق .

95- Formal Performance Appraisal **تقييم الأداء الرسمي**

يقصد به تقييم أداء العاملين من قبل رؤسائهم في نهاية فترات محددة ، وفق ما جاء أو ما نص عليه نظام تقييم الأداء الذي وضعته إدارة الموارد البشرية في المنظمة ووافقت عليه السلطة العليا فيها ، وبالتالي فالتقيد به وبما جاء فيه يعتبر إلزاميا وهذا سبب تسميته بالرسمي .

96- Formal Training **التدريب الرسمي**

عملية مخططة ومنظمة تقوم بها إدارة الموارد البشرية في المنظمات ، حيث تصمم البرامج التدريبية في مجالات متعددة ، يتم ترشيح متدربين إليها وفق دراسة تدعى تحديد الإحتياجات التدريبية . وينفذ التدريب الرسمي إما داخل المنظمة ، أو خارجها في معاهد تدريب وتنمية متخصصة .

97- Formalism **الرسمية**

تمثل الرسمية مجموعة اللوائح والأنظمة الداخلية التي تشتمل على مجموعة من القواعد والضوابط التي تنظم سير العمل داخل المنظمات وعلى إختلاف أنواعها ، وهي ذات صفة إلزامية يتوجب على جميع العاملين التقيد بها . كما تمثل درجة التدوين والتوثيق لمهام وفعاليات ونشاطات المنظمة ، فكل شيء يجب أن يكون مكتوباً ومسجلاً. إذاً الرسمية لا بد منها في المنظمة ، لكن المفروض أن لا تزيد عن الحد اللازم ، فالزيادة تؤثر سلباً في مرونة العمل .

98- Foreman **مشرف عمال**

شخص يرأس مجموعة من العمال ، يتابع ، ويراقب ، ويقيم عملهم ، ويوجههم ، ويرشدهم ، ويطور ويحسن أداءهم ، ويمثل الجانب الفني في العمل جزءاً كبيراً من طبيعة عمله .

99- Forming of Information **تكوين (أو تشكيل) المعلومات**

يقصد بالتكوين هنا إنتاج المعلومات ، الذي هو في الأصل جهد بشري ذهني يقوم بمعالجة البيانات (فرز، تصنيف ، تبويب ، تحليل ومعالجة ، نتائج على شكل معلومات) ليحولها إلى معلومات صالحة للإستخدام ،

وقد حل الحاسوب محل الإنسان في هذا العمل ، فالحاسوب يمتلك طاقة كبيرة لمعالجة كم هائل من البيانات وتحويلها إلى معلومات وبسرعة وموضوعية ودقة أكبر.

100- Forward Buying — **الشراء للتخزين**

سياسة (يطلق عليها بعضهم إستراتيجية) شراء تقوم المنظمة (إدارة المواد) من خلالها بشراء كميات كبيرة من الصنف الذي تحتاجه ، بحيث تغطي حاجتها لفترة زمنية مستقبلية طويلة . وبالتالي فالشراء بموجب هذه السياسة لا يكون لمجرد الحاجة الآنية أو لفترة قصيرة . وينصح باستخدام هذه السياسة في الحالات التالية :

- توقع ندرة الصنف في السوق بسبب زيادة الطلب عليه .
- توقع توقف المنتج أو المورد عن بيع الصنف لفترة زمنية لسبب ما .
- توقع إرتفاع سعر الصنف مستقبلاً بشكل ملحوظ .

101-Forward Foreign Exchange Covering — **تغطية الصرف الأجنبي لأجل**

عملية شراء عملة أجنبية بسعر اليوم تسلم في ميعاد مؤجل ، والغاية من ذلك مواجهة الخطر الناجم عن تقلبات سعر صرفها .

102- Forward Exchange Rate — **معدل سعر الصرف الآجل**

هو معدل السعر الذي تتم على أساسه عمليات الصرف التي تنفذ بعد عقدها بمدة زمنية .

103- Forward-Looking Control — **الرقابة التي تنظر للأمام**

هي الرقابة التي تهدف إلى تقييم الإنجاز المحقق أوالفعلي من أجل تحديد الإنحرافات السلبية والإيجابية ، وتحليل الأسباب التي أدت إليهما ، ليس من أجل المكافأة والعقاب فحسب ، بل للإستفادة من الأخطاء كدرس سابق ، بهدف عدم تكرارها مستقبلاً وكيف يكون ذلك ، وتدعيم الإيجابيات للإستفادة منها بشكل أكثر وأفضل في المستقبل وكيف يكون ذلك أيضاً .

104-Forward Quality Control — **الرقابة الأمامية على الجودة**

فحص مواد ومستلزمات الإنتاج قبل دخولها عمليات ومراحل التصنيع ، للتأكد من جودتها وفق معايير الجودة المحددة لها .

105- Forward Vertical Integration Growth Strategy — **إستراتيجية النمو عن طريق التكامل العمودي للأمام**

تقوم هذه الإستراتيجية على توسيع نشاط المنظمة المستقبلي عن طريق إمتلاك أو السيطرة على منافذ تسويق منتجها وتوزيعه في السوق ، لضمان التعامل المباشر مع المستهلك ، والتخلص من تحكم المسوقين والموزعين . وكذلك للوقوف على حاجات ورغبات وشكاوى الزبائن للعمل على تلبيتها بسرعة .

106-Four P's — عناصر المزيج التسويقي الأربعة

هذا المصطلح هو إختصار لمسميات عناصر المزيج التسويقي الأربعة وهي :

- المنتج Product .
- المكان (التوزيع) Place .
- السعر Price .
- الترويج Promotion .

107-Fragmentation of Market — شرائح السوق

ويقصد بها فئات المستهلكين التي يتكون منها السوق الواحد، والشريحة تضم مستهلكين متجانسين في صفة أو خاصية أو أكثر كمستوى الدخل ، عادات الشراء ، الذوق ، نوعية الحاجة، المنطقة الجغرافية المتواجدين فيها ، الجنس ، العمر...الخ .

108- Franchisee — مشتري حق الإمتياز

مستثمر أو شركة لا تريد البدء من الصفر وتحمل مخاطر إنتاج منتج جديد أو خدمة جديدة ، تقوم بالإتفاق مع شركة لديها منتج متميز أوخدمة متميزة لإنتاج نفس منتجها (أو تقديم نفس الخدمة) وتسويقه ، لقاء مبلغ مالي تدفعه للشركة الأم صاحبة حق الإمتياز ، التي يكون لها حق الإشراف والرقابة عادة على إنتاج منتجها (أو خدمتها) ، مثل شركة هوندا التي منحت ماليزيا حق إنتاج سيارة " هوندا سيفيك " أو " شركة شيراتون " .

109- Franchiser — مانح (صاحب) حق الإمتياز

شركة (منتج) ذات شهرة كبيرة لديها منتج مميز أوخدمة متميزة (سوني ، ميتسوبيشي ، شيراتون ، ماكدونالدز ...الخ) ، تقوم بالسماح لشركة (منتج) أخرى بإنتاج منتجها (أو خدمتها) لكن تحت إشرافها ورقابتها وضمن شروطها وفي مكان آخر ، لقاء مبلغ مالي متفق عليه بين الطرفين ولمدة زمنية محددة .

110-Free Alongside Ship (F.A.S) — التسليم بجانب الباخرة في ميناء الوصول

إتفاق يجري بين البائع والمشتري على أن يتم تسليم البضاعة المباعة من قبل الأول للثاني بجانب الباخرة في ميناء الوصل . بهذه الصورة يتحمل البائع كافة مخاطر وتكاليف نقل وشحن البضاعة لحين وضعها على رصيف المرفأ بجانب الباخرة التي ستنقلها .

111-Free Business System **نظام مشاريع الأعمال الحرة**

نظام إقتصادي حر يُسمح بموجبه لمشاريع الأعمال (وخاصة الصغيرة والمتوسطة) ذات الملكية الخاصة ، بأن تعمل بدرجة عالية من الحرية ، دون تدخل من الحكومة في شؤون أعمالها .

112-Free Competition **المنافسة الحرة**

هي التنافس الذي يحدث بين عدد من المنتجين للسلع والخدمات أو الموزعين في سوق معينة ، دون وجود تحكم أو سيطرة بهذا السوق من قبل أحدهم .

113-Free Goods **السلع الحرة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Pure Private Goods

السلع الخاصة

114-Free-Lance Broker **السمسار العمومي أو الحر**

هو الذي لا يوجد بينه وبين موكله صاحب البضاعة إرتباط دائم ، فهو يبيع في أي مكان ولحساب أي عميل ، وتعتبر كل عملية بيع يقوم بها عقداً منفصلاً ، على الرغم أنه قد يمثل الموكل (البائع) صاحب السلعة أكثر من مرة . ويتولى السمسار العمومي تقديم النصح لموكله لظروف السوق والصفقة ، ويحل محله أثناء التفاوض مع المشترين المرتقبين من أجل إتمام الصفقة . والسمسار العمومي لا تكون البضاعة بحوزته ،كما أن فاتورة البيع ترسل مباشرة إلى المشتري ، طبقاً للشروط المتفق عليها بين السمسار والمشتري .

115-Free-Market Economy **إقتصاد السوق الحر**

يُعبر عن النظام الإقتصادي الحر، الذي تكون فيه ملكية وسائل الإنتاج ملكية خاصة ، ويتحدد سعر السلع والخدمات في السوق حسب الآلية السائدة فيه وهي المنافسة ، والعرض والطلب ، والسوق مفتوح للجميع ولمن يريد دخوله ، وتدخل الحكومة يكاد لا يذكر .

116-Freelance – Work **العمل الحر أو الطليق**

أحد أنماط العمل غير المتفرغ تمارسه نوعية معينة من القوى العاملة ، حيث تعمل في عدد من المنظمات بآن واحد ، بشكل تقسم أو توزع وقت عملها على عدد من الزبائن (شركات ، مطاعم ، فنادق ...الخ)

بحيث تعمل لفترة محددة لدى كل منها يومياً أو كل فترة زمنية محددة . تعتبر هذه النوعية مصدراً من مصادر الموارد البشرية التي يمكن للمنظمات الإعتماد عليها في تلبية حاجاتها غير الدائمة ، كما تعتبر تكلفتها قليلة مقارنة بتكلفة القوى العاملة الدائمة التي تتمتع بالعديد من المزايا الوظيفية الإضافية . ومن أمثلة هذه النوعية ، مدققو الحسابات ، مبرمجون ، صيانة مصاعد ، صيانة مطابخ ... الخ .

117-Free on Board (F.O.B) **التسليم ميناء المُصدر**

إحدى طرق البيع المتعارف عليها عالمياً في مجال الإستيراد والتصدير ، بموجبها يسلم البائع المصدر بضاعته للمشتري المستورد في ميناء الأول الذي قد يكون بحرياً أو جوياً ، حيث بعد إستلام البضاعة من قبل المستورد والتوقيع على الإستلام ، تصبح مسؤولية سلامة البضاعة وشحنها والتأمين عليها ، ودفع رسومها على المستورد أي الشاري .

118-Free On Rail (F.O.R) **الشحن في عربات القطار**

هو أحد أنواع الإتفاقات التي تتم بين البائعين والمشترين وأسلوب تسليم البضاعة ، حيث ينص الإتفاق هنا على أن مسؤولية البائع تشمل نقل البضاعة المباعة للمشتري إلى محطة الشحن وهي سكة الحديد ، ووضعها داخل عربات القطار الذي سيشحن أو ينقل البضاعة إليه .

119-Free Riders **المستفيدون دون مقابل**

هم أفراد من المجتمع يستفيدون من خدمة تقدمها الدولة دون أن يسهموا في أعباء تمويلها المالي (الضرائب) .

120-Free Sample **عينة مجانية**

يستخدم هذا المصطلح في مجال التسويق وبشكل خاص في مجال الترويج ، حيث يقوم المنتج أو البائع بتقديم عينة صغيرة من السلعة التي يروج لها للمشتري من أجل تجربتها ، أو يقدمها له كهدية مرافقة للسلعة التي إشتراها مجاناً ، على سبيل الهدية من أجل تكرار عملية الشراء .

121-Free Shop **السوق الحرة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Duty –Free Market

122-Free Stock **المخزون الحر**

بضاعة أو مواد موجودة في المخازن وهي غير مخصصة لأي طلب معين سواء للصنع أو البيع ، وهي جاهزة للصرف من المخزن .

123-Free Store — المخزن الحر

هو أحد أنواع المخازن التي تخزن فيه مواد الدوكمة (غير المعبأة) كالبذور ، ومادة الكلس، والفحم....الخ ، حيث تكون إجراءات التخزين فيها قليلة ، ولا يطبق فيها قواعد حماية المخزون الشديدة.

124- Freewheeling Thinking Method — طريقة الإنطلاق الفكري

طريقة مستخدمة في مجال تدريب وتنمية القادة الإداريين في مختلف المستويات الإدارية والعاملين في وظائف ذات طبيعة ذهنية تعتمد على الإبداع والإختراع . بموجبها يطلب من المتدرب بمجرد ما تأتيه فكرة ما تسجيلها وعرضها ، مما يساعد على تدفق الأفكار لديه ولدى من يتدرب معه .

125- Freight Payable at Destination — تدفع أجور الشحن في ميناء (الوصول)

إتفاق يتم بين البائع والمشتري ينص على أن يتم دفع أجور شحن البضاعة من قبل الثاني للأول في ميناء الوصول ، حيث لا تسلم البضاعة للمشتري إلا بعد أن يدفع أجور شحنها .

126- Freight Prepaid — أجور شحن مدفوعة مقدماً

شرط يضعه البائع في عقد البيع يفيد بعدم شحنه للبضاعة المشتراة للمشتري إلا بعد أن يدفع الأخير أجور شحنها له .

127-Frequency Degree of Advertising — درجة تكرارية الإعلان

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Frequency Degree of Insertion

128- Frequency Degree of Insertion — درجة تكرارية الإعلان

بالطبع الإعلان لأي سلعة أو خدمة لابد من تكراره للمستهلك بوساطة إحدى وسائل الإعلان ، من أجل تثبيت فكرته في ذهن المستهلك ، لكن درجة التكرار تختلف من سلعة لأخرى ومن موقف لآخر. فالسلعة الجديدة لابد من تكرار إعلانها لتسريع تثبيتها في ذهن المستهلك ، كذلك السلعة أو الخدمة التي تلقى منافسة شديدة في السوق ، إذ لابد من أن تكون درجة تكرار إعلانها عالية لتبقى في ذهن المستهلك ولا يؤثر فيها الإعلانات المنافسة لها .

129-Fringe Benefits — منح وظيفية إضافية

خدمات متنوعة توفرها المنظمات للعاملين لديها وتقدمها لهم كحوافز إضافية على رواتبهم وأجورهم ، بهدف زيادة ولائهم وإنتمائهم لها ، وكوسيلة لاستقطاب الموارد البشرية الجديدة للعمل لديها . ومن هذه

الخدمات على سبيل المثال : التأمين الصحي ، التأمين على الحياة ، دار حضانة ...الخ ، وتعتبر هذه المنح تعويضاً غير مباشر يقدم لجميع العاملين في المنظمات بغض النظر عن مستوى أدائهم .

130-Front Desk **المكتب الأمامي**

هو الموظفون الذين يستلمون المعاملات من قبل المراجعين من أجل إجراء بعض خطوات العمل عليها ، ومن ثم تحويلها لموظفين آخرين من أجل إنجازها ، ثم تسليمها للمراجعين بعد إنهائها .

131-Frozen Accounts **حسابات مجمدة**

حسابات مصرفية تقوم السلطة الحكومية المسؤولة ، بإصدار تعليماتها بإيقاف السحب منها من قبل أصحابها .

132-Frustration **إحباط**

حالة نفسية يصاب بها الإنسان في عمله (أو في حياته الخاصة) ، وذلك عندما يحاول أن ينجز شيئاً ويفشل في إنجازه ، بسبب معوقات بيئية تواجهه ولم يتمكن من تجاوزها. وتتمثل أعراض الإحباط بروح معنوية منخفضة جداً ، واللامبالاة ، ويكون ميالاً للسخرية من الأشياء المحيطة به ، كما يكون نشاطه الفسيولوجي وجهده فاتراً .

133-Full Employment **الإستخدام (التوظيف) الكامل**

حالة يكون فيها الطلب على اليد العاملة مساوياً لعرضه عند مستوى الأجر أو الراتب السائد .

134-Full Line Forcing **سياسة التحميل الإجبارية**

سياسة بيعية يتبعها المنتجون أو الموزعون ، بموجبها لا تباع سلعة معينة لوحدها ، بل تباع مع مجموعة سلع أخرى كوحدة بيع واحدة .

135-Full-Service Broker **سمسار الخدمة الكاملة**

يعمل هذا السمسار في السوق المالي ويؤدي الخدمات التالية :

- تنفيذ أوامر البيع والشراء وهو عمله التقليدي ، لقاء عمولة .
- مساعدة المستثمر في فتح الحساب الجزئي الذي يقوم فيه بتمويل المستثمر في حدود الهامش الموضوع من قبل الحكومة .
- يقدم النصح والإرشاد للمستثمر .

136- Full-Time Employees **العاملون بكامل الوقت (متفرغون)**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Full-Time Work

137- Full-Time Work **عمل متفرغ كلي**

أحد أنواع التوظيف في المنظمات بموجبه يعمل الفرد طوال ساعات العمل الرسمية اليومية، أي أنه متفرغاً لعمله بكامل ساعات العمل الرسمية المحددة من قبل المنظمة . وعادة يكون المتفرغ كلياً موظفاً أو عاملاً دائماً ، ولا يمنع من أن يكون مؤقتاً أو موسمياً .

138- Fully Amortized Mortgage Loans **قروض الأقساط المرهونة**

هو أحد أنواع القروض التي تمنحها المصارف وبشكل خاص المصارف العقارية ، حيث تسدد قيمته بمبالغ محددة خلال فترة القرض (أقساط) .

139-Fumigation Certificate **شهادة تعقيم**

شهادة موثقة ورسمية صادرة عن جهة أو مؤسسة مختصة ومعتمدة ، تثبت بأنه قد تم تعقيم البضاعة قبل إستلامها أو شحنها .

140-Functional Authority **السلطة الوظيفية**

ويطلق عليها بعضهم تسمية "السلطة التخصصية" ، بموجبها يحق لصاحبها إصدار أوامر للآخرين داخل المنظمة تكون ملزمة التنفيذ لهم لكن ضمن نطاق تخصصه ، وإن كانوا يعملون تحت رئاسة غير رئاسته . فمدير الصيانة مثلاً يحق له إصدار أوامر فنية في مجال الصيانة لأفراد يعملون في إدارة الإنتاج للإشراف على صيانة الآلات .

141-Functional Conflict **الصراع الوظيفي**

خلاف في الرأي أوتضارب في المصالح...الخ يحدث بين أعضاء جماعة العمل الواحدة الذين يعملون في وحدة إدارية واحدة داخل المنظمة ،حيث يسبب ضعفاً في مستوى التعاون والتنسيق بينهم ، مما يؤثر سلباً في مستوى أدائهم وأداء الوحدة الإدارية التي يعملون فيها .

142-Functional Deparmentalization **التقسيم الإداري الوظيفي**

هو أحد الأسس المستخدمة في مجال التقسيم الإداري لنشاط المنظمة وتصميم هيكلها التنظيمي ، بموجبه يكون لكل نشاط رئيس وفرعي وحدة إدارية خاصة به تقوم بمهامه مثل : وظيفة الإنتاج←إدارة الإنتاج ، وظيفة الشراء ←إدارة الشراء ، الصيانة ←قسم الصيانة وهكذا.

143-Functional Groups **المجموعات الوظيفية**

تمثل هذه المجموعات الوحدات التنظيمية أو التقسيمات الإدارية التي يتكون منها هيكل المنظمة التنظيمي، وتنشأ بقرار تنظيمي يصدر عن السلطة الرسمية العليا في المنظمة .

144-Functional Job Analysis Approach **مدخل تحليل العمل الوظيفي**

مدخل حديث في مجال تحليل العمل يعتمد ويركز على قاعدة أساسية مفادها : ينصب التحليل على ما يجب القيام به من قبل شاغل الوظيفة من أجل تحقيق هدفها ، وهذا تعديل للقاعدة التي يقوم عليها التحليل التقليدي وهي وصف واجبات ومسؤوليات الوظيفة ، فهذا المدخل لا يعتمد على وصف ما يقوم به شاغل الوظيفة من أجل تسيير عمله وجعله مستمراً، بل يركز على ما يجب أن يقوم به من مهام من أجل النجاح في عمله . وعليه فهو يركز على ثلاثة مهام (وظائف) رئيسة متكاملة ومترابطة من الواجبات التي هي :

- فعل الأشياء : ويقصد بها الأدوات والآلات والمساعدات التي تستخدم في أداء الوظيفة كالحاسب الآلي .
- الناس: ويقصد بذلك التعامل مع الآخرين (مرؤوسون ، زملاء ، زبائن) وإقامة علاقات معهم والإشراف عليهم ، وتقييمهم ، وخدمتهم ، وضبطهم .
- البيانات : تجميعها ، تحليلها ، معالجتها ، وتحويلها إلى معلومات قابلة للإستخدام .

145-Functional Knowledge Depth — عمق المعرفة الوظيفية

درجة عالية ومعقدة من الإلمام بطبيعة العمل أو الوظيفة مطلوب توفرها في شاغلها ، ليؤدي مهامها وتحمل مسؤولياتها بكفاءة وفاعلية . ويعتبر عمق الوظيفة أحد معايير تقييم الوظائف ، الذي على أساسه يجري تحديد رواتبها وأجورها المناسبة والعادلة .

146-Fuctional Organizational Structure — الهيكل التنظيمي الوظيفي

يقوم هذا النوع من التنظيم على أساس تطبيق مبدأ التخصص ، بحيث يُقسم نشاط المنظمة إلى أنشطة رئيسة وفرعية ، ويسند مهمة أداء كل نشاط إلى وحدة إدارية متخصصة ، يرأسها مدير متخصص في مجال نشاطها ، وله الحق في ممارسة السلطة وإصدار الأوامر لكل من يعمل ضمن نطاق تخصصه ، حتى ولو كان يعمل في إدارة أخرى داخل الهيكل التنظيمي للمنظمة .

147-Functional Polices — السياسات الوظيفية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Departmental Polices

148-Functional Safty — الأمان الوظيفي

يقصد به عدم إستخدام المنظمة لسلاح التهديد بالإستغناء عن خدمات الموظف أو العامل عندما تريد وتشاء ، وبمعنى آخر ضمان إستمرارية عمله في المنظمة لأطول فترة زمنية ممكنة ، حيث يعطيه هذا الضمان الراحة النفسية والطمأنينة ، وتجعله يشعر بالإنتماء لعمله ومنظمته التي يعمل فيها ، ويجعله يشعر بأن جهوده التي يبذلها في عمله لن تضيع سدى في أية لحظة ، فهذا الأمر يحقق له بما يسمى بالإستقرار الوظيفي

والمعيشي . ويمكن القول أن توفير الأمان للعاملين ، هو من أهم وأقوى الحوافز المادية والمعنوية في الوقت الحاضر .

149-Functional Theory of Leadership النظرية الوظيفية في القيادة الإدارية

ترى هذه النظرية بأن القيادة هي الأعمال التي يقوم بها القائد بمشاركة الجماعة التي يرأسها ، والتي من شأنها الإسهام في تحقيق ، وتحسين التفاعل بين أعضائها ، وحفظ تماسكها .

150-Functionalist Communication Approach مدخل الإتصال الوظائفي

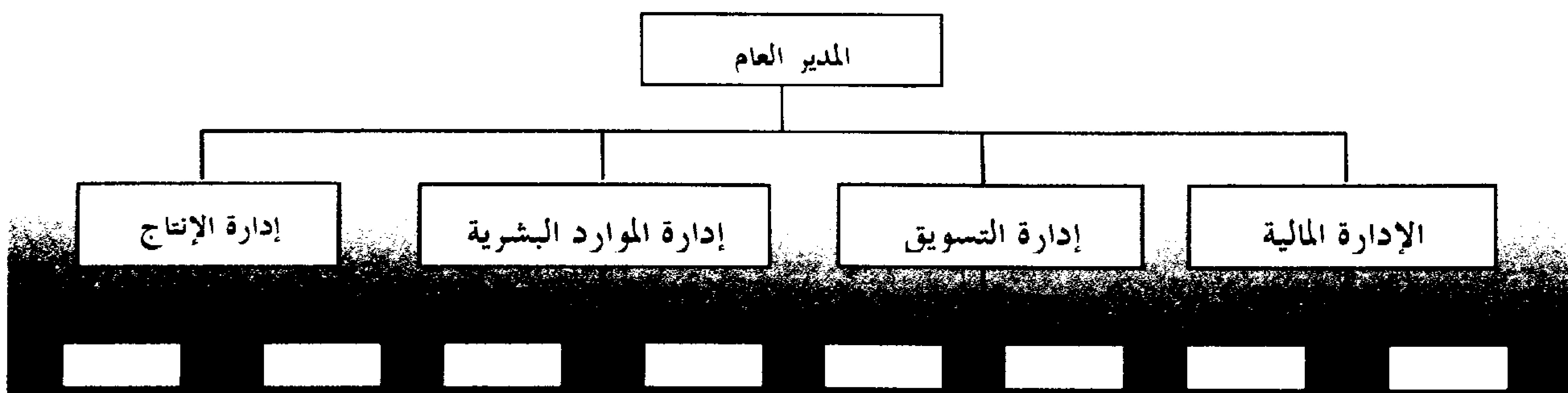
ويقصد به الإتصالات الرسمية وغير الرسمية الهادفة التي تتم بين التقسيمات الإدارية والعاملين فيها ، عبر المستويات الإدارية التي يشتمل عليها هيكل المنظمة التنظيمي . ينظر هذا المدخل إلى المنظمة على أنها كيان أو وجود مكون من شبكة إتصالات تمر فيها المعلومات في كافة الإتجاهات ، وينتج عنها أفعال وسلوكات مطلوبة من أجل تحقيق أهداف محددة . وبالتالي يهدف هذا المدخل إلى جعل الأداء التنظيمي أكثر سرعة وأكثر فاعلية .

151-Functions Of Business Organization وظائف منظمات الأعمال

ويسميها بعضهم بوظائف المشروع التي تعبر عن النشاطات الأساسية التي تنفذها في سبيل تحقيق أهدافها، حيث يقوم بتنفيذ كل من هذه الوظائف إدارة متخصصة ، وهذه الوظائف الأساسية ينحصر نشاط كل منها في مجال محدد ومتخصص تفرضه الطبيعة الفنية لها ، حيث في كل وظيفة من هذه الوظائف تمارس العملية الإدارية ، على اعتبار أن كل وظيفة لها إدارة متخصصة معينة تقوم بتنفيذها ، ولها مدير يرأسها يقوم بالتخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة ضمنها وهذه الوظائف : وظيفة الإنتاج ، الشراء ، التخزين ، المالية ، الموارد البشرية ، التسويق ، العلاقات العامة ، نظم المعلومات ، البحوث والتطوير ، الشؤون القانونية ...الخ .

152-Functions-Organizational Chart الخريطة التنظيمية على أساس الوظائف

هي التي يذكر عليها مسميات وظائف المنظمة الرئيسة وفروعها ، حيث يقوم بأداء كل وظيفة وحدة إدارية متخصصة ، كما هو موضح بالشكل التالي :



153-Functions Strategy إستراتيجية الوظائف

تمثل هذه الإستراتيجية المستوى الثالث في هيراركية (هرمية) إستراتيجية المنظمة التي تتكون من ثلاثة مستويات متدرجة من الأعلى للأسفل وهي :

- إستراتيجية المنظمة العامة .
- إستراتيجية وحدات الأعمال .
- إستراتيجية الوظائف .

وتعمل هذه الإستراتيجية على خدمة إستراتيجية وحدات الأعمال ، حيث تسعى إلى دعمها وتقويتها من أجل منافسة الآخرين في السوق. والوظائف هي : الإنتاج ، الشراء ، التخزين ، التسويق ...الخ .

154-Funding Gap فجوة تمويلية

نقص في حجم رأس المال المطلوب للإستثمار في مشروع أو عمل ما ، أي أن حجم رأس المال المتاح للإستثمار لا يفي ولا يلبي إحتياجات المشروع أو العمل كاملة . فإذا كانت الحاجة (50) مليون وحدة نقدية على سبيل المثال لتغطية حاجة الإستثمار ، وكان رأس المال المتاح (45) مليون وحدة نقدية ، إذاً تكون الفجوة التمويلية في هذه الحالة (5) مليون وحدة نقدية التي يتوجب توفيرها لتغطية الحاجة المطلوبة .

155-Fusion of Employees إنصهار العاملين

مفهوم تنظيمي تقدم به كل من "وايت باك White Bakke وكريس آرجيرس "Chris Argyris" وطرحاه على شكل السؤال التالي : إن المشكلة الرئيسة في حياة أية منظمة هي :كيف تجمع عدداً من الأفراد (العاملين) كل له قدراته ، وشخصيته ، ومعتقداته ، بشكل تجعلهم يتعاونون في نشاط معين ، تتحقق من خلاله ومن خلال الإنصهار هدفها ، وتحقيق الرضى لدى العاملين في الوقت في نفسه ، مع الإشارة إلى أن لكلا الطرفين (المنظمة والعاملين) أهدافه الخاصة به . فالمشكلة هي إذاً كيف نصهر أهداف العاملين في أهداف المنظمة ، بشكل يتحقق فيه أو معه أهداف الطرفين .

156-Futuer Market Contracts سوق العقود الآجلة

سوق تتم فيه صفقات بيع وشراء لمنتجات غير متوفرة حالياً بل ستتوفر في المستقبل ، فبورصة نيويورك في الولايات المتحدة مثلاً ، تباع فيها كميات كبيرة من القطن الخام من الموسم القادم أو الذي بعده .


G

1- Gainful Worker العامل المُتَكَسِبْ

ظهر هذا المصطلح في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1930 ، وهو تعريف للعامل القادر على العمل والراغب فيه ويحصل على أجر. ويشير مضمون التعريف إلى المعلومة التالية: العامل المتكسب هو كل شخص بلغ السن القانوني للعمل ، وقادر عليه ، وقرر أن يعمل في مهنة ما ليكسب منها المال .

2- Gainsharing Incentive حافز المشاركة في الوفورات

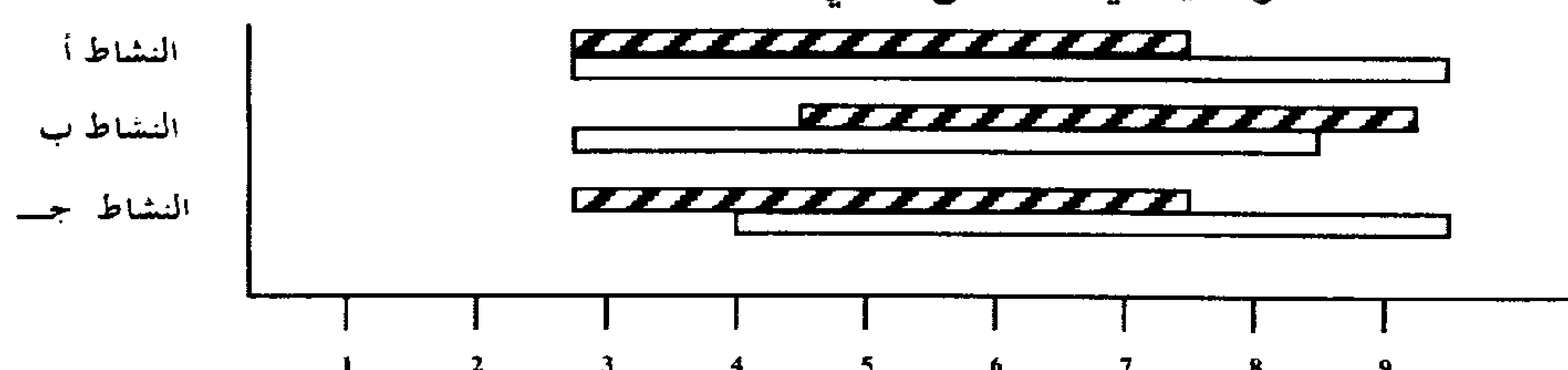
نوع من أنواع الحوافز المالية الجماعية التي تستخدم من أجل التشجيع على التعاون ، والعمل الجماعي ، والإحساس بالمسؤولية . ومضمون هذا الحافز أن تدفع المنظمة للعاملين لديها نسبة من الوفورات المالية التي يحققونها من النفقات الجارية كالكهرباء ، المياه ، القرطاسية ....الخ .

3-Game Management Training Method أسلوب المباراة التدريبية الإدارية

أحد الأساليب المستخدمة في تدريب الإداريين على صنع القرارات وخاصة الإدارة العليا ، حيث تقسم مجموعة المتدربين إلى فريقين يمثل كل منهما إدارة شركة ما (وهمية عادة) ، أي أنهما يمثلان إدارة نفس الشركة . تعطى معلومات عن ظروف هذه الشركة ، ليقوم كل فريق بصنع القرارات المناسبة (كل على حده) في ضوء المعلومات المعطاة له ، وكل قرار يكون مخصصاً له عدد من النقاط ، وفي النهاية تحسب عدد النقاط ويحدد الفريق الفائز . وفي الواقع ليس المهم تحديد من هو الفائز ، بل المهم أن كل فريق تشرح له الأخطاء التي وقع فيها عند صنعه للقرارات ، حيث تصحح له ويوجه لكي لا يقع فيها عند ممارسته لمهامه في عمله أو وظيفته .

4-Gant Charts خرائط جانت

سميت هذه الخرائط باسم من استحدثها وهو "هنري جانت" أحد رواد مدرسة الإدارية العلمية وتستخدم في مجال مراقبة زمن الإنتاج . وتتكون الخريطة من عمودين أفقي ويستخدم لبيان وحدات الزمن التي يستغرقها تنفيذ النشاطات ، وعمودي ويستخدم لبيان الأنشطة التي تم تنفيذها . ويعبر عن الزمن المعياري اللازم التقيد به عند تنفيذ النشاط الواحد بمستطيل مخطط . أما الزمن الفعلي الذي إستغرقه تنفيذ النشاط فيعبر عنه بمستطيل أيضاً تحته غير مخطط ، موضح عليه متى بدأ تنفيذه ومتى إنتهى . فبالنظر إلى المستطيلين وبمقارنة الزمن المعياري مع الزمن الفعلي من حيث زمن البداية والنهاية يتضح الإنحراف الإيجابي أو السلبي في تنفيذ الأنشطة كما هو مبين في الشكل التالي:



5-Gap Analysis Method-Strategic Performance — **أسلوب تحليل الفجوة في الأداء الإستراتيجي**

أحد أساليب أو أدوات التحليل الإستراتيجي ، بموجبه يتم مقارنة أداء أو ناتج أعمال المنظمة (أو إحدى وحدات الأعمال فيها) مع المعايير المحددة أو الأهداف المخططة في إستراتيجيتها ، فـإذا لم يصـل الأداء أوناتج الأعمال إلى المعايير أو الأهداف ، هذا يعني وجود فجوة في الأداء الإستراتيجي يستلزم الأمر مـن المنظمة إعادة النظر في إستراتيجيتها الحالية ، لكن شريطة أن تكون الفجوة كـبيرة وتـؤثر في مسـتقبلها ووجودها في السوق ، وأن أسباب حدوثها ليست لظروف خارجة عن نطاق إرادها .

6- General Agreement on Tarifs and Trade (GATT) — **الإتفاقية العامة(الدولية) للتعرفة الجمركية والتجارة**

إتفاقية دولية وقعت عليها مجموعة من دول العالم سنة 1948 لتشجيع التجارة العالمية بين الدول، حيـث ركزت على تخفيض التعرفة الجمركية المفروضة على السلع ، وإزالة القيود التجارية ، من أجـل تسـهيل حركة إنتقال (دخول وخروج) السلع بين الدول التي وقعت على هذه الإتفاقية .

7- General Environment — **بيئة عامة**

تمثل مجموعة من المتغيرات البيئية الخارجية المحيطة بالمنظمات ذات تأثير مباشر وغير مباشر في نشـاطاها وممارساها ، كالمتغير الإقتصادي ، والمتغير السكاني ، والمتغير الثقافي ...الخ .

8-General Market — **سوق عام**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Marketing Centers

مراكز تسويق

9-General Market Conditions — **ظروف السوق العامة**

تشتمل هذه الظروف على جوانب متعددة تقوم إدارة التسويق في المنظمة ومن خلال بحوث التسـويق ، بدراستها وإستخلاص النتائج التي على أساسها تبنى إستراتيجية المنظمة وخطتها الإنتاجية والتسويقية وهذه الجوانب ما يلي :

- حاجات ورغبات المستهلكين .
- سلوك المستهلك وأنماطه الشرائية والإستهلاكية .
- حجم السوق المتوقع .
- إتجاهات نمو السوق .

- شرائح السوق (تجزئة السوق) .
- المنافسة .

10- General Stores — متاجر عامة

إحدى قنوات توزيع السلع والمنتجات أو منافذ التسويق ، وهي محلات لبيع أصناف متفرقة من السلع أو مجموعات سلعية متفرقة لا تربطها أي علاقة ، لكنها تمثل طلباً عاماً من قبل المستهلكين في المنطقة الجغرافية المتواجدة فيها . وعليه فهذه المتاجر تتعامل بما يسمى في لغة التسويق بالسلع الميسرة كالمواد الغذائية ، المنظفات وغيرها . ويوجد هذا النوع في المدن الصغيرة ، وضواحي المدن الكبيرة ، حيث تسعى لتوفير أكبر عدد ممكن من السلع للمستهلكين لتلبية إحتياجاتهم ، وتصنف هذه المتاجر ضمن تجارة التجزئة.

11-General Training — تدريب عام

برامج تدريبية تهدف إلى إكساب أوتطوير أو تحسين نوع معين (عام) من المهارات ، التي تستخدمها الموارد البشرية في أعمالها في غالبية المنظمات ، كمهارة إستخدام الحاسب الآلي ، ومهارة الإتصال ، والمهارة اللغوية ...الخ ، حيث تخدم هذه المهارات أداء أعمالهم ليكونوا أكثر فاعلية ، وتكون هذه البرامج عادة نمطية من حيث مضمونها .

12-Generalized Skilled Workers — العمال ذوي المهارات العامة

فئة من العمال تمتلك نوع معين من المهارات التي تحتاجها غالبية المنظمات ،كمهارة الكهربائي الذي يعمل في مجال إصلاح وصيانة التمديدات الكهربائية ، ومهارة النجارة ، ومهارة التمديدات الصحية ، وميكانيك السيارات ... الخ .

13-Generating of Ideas Technique — أسلوب توليد الأفكار

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Brain Storming

العصف الذهني

14-Genetic Test — إختبار الكشف عن الأمراض الوراثية

فحوصات طبية تجريها المنظمات على الأفراد ، الذين تريد تعيينهم للعمل لديها ، والهدف منها، التأكد من خلوهم من أمراض وراثية من نوع معين كأمراض القلب ، وضغط الدم الشرياني ، والسرطان وغيرها. أو لمعرفة في ما إذا كان لديهم إستعداد وراثي للإصابة بمثل هذه الأمراض، فهذا الإختبار يجنب المنظمة تعيين أفراد لديهم مورثات تؤدي إلى أمراض خطيرة في المستقبل ، تُحملها أعباء مالية كبيرة في مجال رعايتهم الصحية .

15-Geographic Information System (GIS) **نظام المعلومات الجغرافي**

نظام يخزن فيه معلومات عن مناطق جغرافية (دول أحياناً) وما عليها من تضاريس (سهول، هضاب ، جبال ، أودية ...الخ) وأنهار ، وبحيرات ، ومدن ، وقرى ، وجسور..الخ ، وإحداثيات تواجدها على هذه المناطق ، والمسافات الكيلومترية التي تفصل بين المدن والدول ، وشبكات المياه والهاتف والكهرباء...الخ ، حيث تفيد هذه المعلومات كثيراً في مجالات السياحة والسفر ، وشق الطرق وغير ذلك من مسائل أخرى مشابهة .

16-Geographic Market Segmentation **تجزئة السوق حسب المعيار الجغرافي**

أحد المعايير المستخدمة في تجزئة السوق ، حيث يجري تصنيف المستهلكين المحتملين للسلعة أو الخدمة المراد تسويقها فيه ، حسب مكان إقامتهم الدائمة أو مكان عملهم الدائم في منطقة جغرافية معينة .

17-Geographical Departmentalization **تقسيم أنشطة المنظمة على الأساس الجغرافي**

أحد الأسس الذي بموجبه يتم تقسيم نشاط المنظمة إلى وحدات أو تقسيمات إدارية أو فروع وفق المناطق الجغرافية التي تمارس نشاطها فيها . وتلجأ المنظمات إلى إستخدام هذا الأساس عندما يكون نشاطها منتشراً في عدد من المناطق الجغرافية ، من أجل الإستفادة من الفرص المحلية المتاحة، وتخفيض تكلفة النقل والإتصال ، وتوفير المرونة واللامركزية .

18-Geshtalt Theory **نظرية الجشطالت**

هي إحدى نظريات السلوك الإنساني التي سعت إلى تفسير هذا السلوك وهي ترى : أن بيئة الإنسان تتكون من عناصر متداخلة ومتفاعلة ، وأن أي تغيير في عناصرها ، قد يسبب للفرد حالة من عدم التوازن والإستقرار. ونتيجة لهذا الشعور يبدأ بالبحث عن نمط سلوكي معين لكي يتخلص من هذا الشعور الذي أوجد لديه حالة من القلق والتوتر ، أي أنه يقوم بعمل أو سلوك ضروري للتخلص من هذه الحالة وعدم التوازن الذي يعيشه .

19-Giveaway Price **سعر زهيد**

سعر رمزي تباع به سلعة بدلاً من تقديمها مجاناً للزبون ، ويستخدم هذا السعر كإحدى وسائل تنشيط المبيعات .

20-Glass Ceiling **السقف الزجاجي**

يشير هذا المصطلح إلى الحواجز والعقبات غير المنظورة أو غير المرئية التي تحول أو تمنع النساء والعاملين من الأقليات في المنظمات من التقدم في السلم الوظيفي ، للوصول إلى وظائف في الإدارة العليا فيها .

21-Global Company
شركة عالمية

شركة ضخمة حجم نشاطها كبير يمتد خارج حدود الدولة ليشمل عدداً من البلدان ، حيث يكون لها فروع فيها ، وتعمل جميعها تحت مظلة إدارة وقيادة واحدة ، كما تعمل بشكل متكامل وفق إستراتيجية واحدة من أجل تحقيق أهدافها .

22-Global Industrial Revolution
الثورة الصناعية العالمية

مصطلح أطلق على التغيير الذي أحدثته العولمة (الإقتصاد العالمي الجديد) وتحرير التجارة العالمية من القيود ، حيث بموجبها فتحت الدول أسواقها لدخول وخروج السلع والخدمات منها وإليها ، الأمر الذي أحدث منافسة شديدة بين الشركات ، التي في سبيل ضمان بقائها وإستمرارها قامت بإعادة هيكلة صناعاتها وخدماتها من جديد ، لتواكب ولتتكيف مع التغيرات الإقتصادية العالمية الجديدة .

23-Globalization
العولمة

العولمة من وجهة النظر الإقتصادية ، هي مجموعة الظواهر والآليات التي تشكل بمجملها العناصر الملموسة وغير الملموسة لهيكل الإقتصاد العالمي الجديد ، فالتقدم الهائل وثورة الإتصالات هي إحدى هذه الظواهر ، وكذلك تزايد دور أسواق المال . ويعتبر ظهور أنماط إستهلاكية جديدة سبباً في خلق هياكل إجتماعية متغيرة ، وهذه كلها أمثلة عن التحول الإقتصادي العالمي إلى وضع جديد .

24-Goal
هدف

غاية يراد تحقيقها من وراء القيام بعمل أو نشاط معين ، وبالتالي فهو يمثل نقطة البداية ونقطة النهاية لأي نشاط ، وهو بمثابة المعيار الذي على أساسه يقيم مدى النجاح أو الإخفاق في تنفيذه ، فعن طريق مقارنة ما أنجزه النشاط مع ما يطلبه الهدف يتحدد ذلك .

25-Goal-Based System
نظام قائم على الأهداف

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Management by Objectives

الإدارة بالأهداف

26-Goals Setting Theory
نظرية وضع الأهداف (الحوافز)

صاحب هذه النظرية التي هي إحدى نظريات الدافعية الإنسانية أمريكي يدعى بـ"لوكس ي .أ Lockes E.A "، حيث وضح الإرتباط بين الهدف والحاجة والدافع والحافز ومفاد نظريته ما يلي : إن الوعي الشخصي لدى الفرد بحاجاته ورغباته يمكنه من أن ينظم سلوكه وتصرفاته بشكل جيد ، فالشخص الذي يدرك شعورياً ما يريد تحقيقه (هدف) سوف يسلك أو يتصرف بموجب طريقة ما توصله إلى هدفه في

ضوء إمكاناته . يتضح من ذلك أن الهدف (الحافز) الذي يراد تحقيقه لإشباع الحاجة ، يؤثر في جهد الفرد وتصرفاته ومستوى أدائه ، كما يؤثر في إختيار الأنماط السلوكية التي تساعده على تحقيقه ، أخذاً في الإعتبار إمكاناته وظروف البيئة المحيطة به .

27-Going-Rate Pricing — **التسعير على أساس معدل السعر الجاري**

هو تحديد سعر بيع السلعة أو الخدمة للمستهلك ، بناء على السعر الرائج في السوق من قبل المنافسين .

28-Gold in Workers Head's — **الذهب في رؤوس (عقول) العمال**

صفة أطلقها مفكرو وممارسو الإدارة اليابانيون للإشارة إلى مدى أهمية الموارد البشرية التي تعمل في قاعدة الهرم التنظيمي ، وهم العمال أو الموظفون الذين لا يمارسون أعمالاً إدارية رئاسية ويسموهم بخط القاعدة الأول The Bottom Line فهؤلاء هم الذين ينفذون العمل ، ويترجمون الخطط والسياسات إلى الواقع الفعلي ، وهم الذين ينتجون السلعة والخدمة ، وهم الأقرب للزبائن ومعرفة مطالبهم ، وبالتالي يمكن القول أنهم أدرى من غيرهم بواقع العمل الفعلي ، فنظرتهم للأمور نظرة واقعية وعملية بحكم موقعهم في الهيكل التنظيمي . لذلك يؤكد اليابانيون والإدارة المعاصرة على أهمية هذه الفئة من العاملين ، وضرورة الإستفادة من أفكارهم ومقترحاتهم في تطوير وتحسين المنتج أو الخدمة ،فهؤلاء قد تصدر عنهم أفكار ذهبية يستفاد منها في مجال عملية الإبداع والإبتكار التي تخدم تطوير وتحسين العمل والإنتاج في المنظمة .

29-Golden Parachute Contract — **عقد المظلة الذهبية**

ميزة تقدمها بعض الشركات لمديريها ، حيث من خلال هذا العقد تدفع لهم مكافأة مالية كبيرة عند بيع الشركة لشركة أخرى .الغاية من هذه الميزة ضمان دخل للمديرين لفترة زمنية ريثما يجدون عملاً آخر، ذلك لأنه لا يوجد ضمان بأن الشركة الشارية ستحتفظ بهم ولا تستغني عنهم .

30-Golden Parachute Strategy — **إستراتيجية المظلة الذهبية**

هي إحدى الإستراتيجيات الدفاعية التي تلجأ إليها بعض الشركات للحد من طمع شركات أخرى كبيرة تريد الإستحواذ عليها (شراءها). بموجب هذه الإستراتيجية يتم إضافة فقرات شرطية على عقود عمل المديرين الرئيسين فيها ، تخولهم الحصول على تعويضات ضخمة في حالة تعرض الشركة للشراء أو الإستحواذ من شركة أخرى ، بهذا الشكل ستكون الأموال التي ستدفع لهؤلاء المديرين ضخمة ، مما يقلل من جاذبية الإستحواذ عليها .

31-Goods Grades — **رتب السلع**

الكثير من السلع والمواد الأولية الخام والخدمات على إختلاف أنواعها لاتكون من رتبة أو من مستوى جودة واحدة ، بل تكون من رتب ومستويات مختلفة ، تتدرج من الأقل جودة إلى الأعلى. فالقطن المحلوج

مثلاً تتدرج رتبه وفق معيارين هما: طول التيلة ، ونقاء القطن ، كذلك النفط فهناك النفط الثقيل والــنفط الخفيف . وعند وضع ترتيب للسلعة لابد من تحديد المعيار أو المعايير التي على أساسها سيتم تحديد الترتيب أو الرتبة . وهذا الأمر لا ينطبق على السلع فحسب بل على الخدمات أيضاً ، فالخدمة الفندقية مــثلاً لهــا ترتيب أو رتب ، فهناك فندق خمس نجوم ، وأربعة ، وثلاثة..الخ .

32-Goods in Process Inventory **جرد البضاعة تحت الصنع**

جرد عددي تقوم به المنشآت الصناعية ، للتأكد من عدم نقصان عدد السلعة الــتي يجــري تصــنيعها. ويستخدم هذا الجرد بشكل خاص في تصنيع السلع ذات الحجم الصغير، التي يسهل سرقتها أو إخفائها .

33-Goods on Hand **بضاعة جاهزة**

هي البضاعة الموجودة لدى المنتج أو البائع والجاهزة للبيع والتسليم الفوري للمشتري .

34-Goodwill **شهرة محل**

أصل (قيمة) معنوي من الأصول التي تمتلكها المنظمة أو مشروع الأعمال يكتسبه على مر الزمن . والشهرة هنا تعني السمعة الحسنة التي تُكتسب من خلال تبني المشروع الجانب الأخلاقي في تعامله مع الزبائن ، والحكومة ، والمجتمع . فتقديم سلعة أو خدمة للسوق بمواصفات جيدة وجودة وسعر عادل ومنطقي ، بحيث يخدم الزبون ويحترمه وبشكل مستمر ، لاشك أن ذلك سيولد له شهرة حسنة في السوق، التي لها قيمة في العرف التجاري .

35-Governess **الحوكمة**

يشير هذا المصطلح إلى جهاز حكومي (إدارة عامة) خالي من الفساد الإداري والرشوة ، ويتصف العاملون فيه بالصدق والشفافية وحب المصلحة العامة . ويتم الوصول إلى مثل هذا الجهاز الحكومي من خلال القيام بعمليات إصلاح وتطهير ومكافحة للفساد والرشوة المتفشية فيه. وتشتمل عمليات الإصلاح على جانب إداري تنظيمي ، وجانب مالي (تعويضات مالية مناسبة للعاملين فيه) ، وجانب قانوني ، وجانب لتنمية الموارد البشرية .

36-Governing Factor **العامل الحاكم**

مصطلح شائع ومعروف في مجال صنع القرارات ، وذلك عند قيام صانع القرار بالمفاضــلة بــين عــدة بدائل لإختيار أفضلها ، مستخدماً معايير في عملية المفاضلة . والعامل الحاكم هنا هو المعيار الأساسي الذي لا غنى عن توفره في البديل ، وهو الذي يأخذ الأهمية أو الوزن الأكبر في تحديد البديل الأفضل .

37-Government Market **سوق الحكومة**

يمثل هذا السوق إحتياجات الوزارات الحكومية والأجهزة التابعة لها في كافة المناطق والأقاليم، من السلع والخدمات اللازمة لأداء أعمالها . ويتصف هذا السوق بأنه سوق كبير وواسع يتوجب علــى الشــركات وعلى إختلاف أنواعها دخوله لأن حجم الطلب فيه كبير ومتنوع جداً .

38-Governmental Budget **الموازنة الحكومية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Public Budget

الموازنة العامة

39-Governmental Check **شيك حكومي**

هو الذي يصدر عن إحدى الجهات الحكومية مسحوباً على المصرف المركزي ، أو المصرف المودع لديــه حسابات الدولة .

40-Governmental Financial Auditing and Control **الرقابة والتدقيق المالي الحكومي**

مجموعة من المعايير والضوابط والوسائل والأدوات ، التي تستخدمها الحكومة من أجل ضــبط وضــمان سير وتنفيذ العمل المالي الحكومي، وفق القوانين والأنظمة والتعليمات السارية . وتنقسم هذه الرقابــة إلى قسمين رقابة داخلية تمارس من قبل الأجهزة الحكومية ذاتها ، ورقابة خارجية تمارســها أجهــزة حكوميــة متخصصة ، تكون مرتبطة بقمة الهرم التنظيمي الحكومي .

41-Governmental Line Agencies **الأجهزة الحكومية التنفيذية**

هي الوزارات الحكومية التي يختص كل منها بأداء نشاط حكومي معين وإنجازه ، وتحقيق الأهداف الــتي قامت من أجلها الدولة ، وخدمة المواطن .

42-Governmental Machinery **آلية الجهاز الحكومي**

ويمثل رئاسة الوزراء وكافة الوزارات والأجهزة والمؤسسات والمراكز التابعة لهــا ، ويســميها بعضــهم بالإدارة العامة (كجهاز وليس كعلم وتخصص) ، أو جهاز الخدمة العامة أو المدنية .

43-Governmental Monetary Policy **السياسة النقدية الحكومية**

إحدى الأدوات الأساسية المستخدمة في مجال المالية العامة الحكومية، التي من خلالها وعن طريق المصرف المركزي ، تتحكم الدولة بكمية النقد في السوق وإصداراته ، وفق ما تقتضيه المصلحة العامة والإقتصــاد الوطني .

44-Governmental Revenues **الإيرادات العامة**

تمثل كافة المصادر المالية التي توفر للدولة الأموال اللازمة لها للإنفاق على الخدمات العامة التي تقــدمها للمواطنين ، وعلى أوجه الإنفاق الإستثماري في مشاريع التنمية الإقتصادية والتي من أهمها الضرائب .

45-Governorate المحافظة

وحدة إدارية وجغرافية لها شخصية معنوية ، تختص بالإشراف على إدارة المرافق المحلية في جزء معين مــن الدولة ، ويقوم على إدارتها محافظ أو حاكم يمثل الدولة في هذا الجزء ، وبالتالي فهو مسؤول أمام الحكومة عن شؤون هذا الجزء .

46-Grace Period of Loan فترة رحمة (السماح) القرض

هي المهلة التي يمنحها المقرض للمقترض بعدم سداد أقساط وفوائد القرض ، دون تحميله أية تبعات .

47-Grading Method-Job Evaluation طريقة الدرجات في تقييم الوظائف

إحدى طرق تقييم الوظائف التي يتم التقييم فيها من خلال ما يلي :

- يُحدد عدد من الدرجات (فئات) تحتوي كل منها على مجموعة من الوظائف المتشابهة مــن حيــث صعوبتها ومسؤولياتها وإن اختلفت في نوع العمل كالوظائف الفنية ، والوظائف الخدمية ..الخ .
- تُعرف كل درجة وظيفة وتوضع مواصفات شاغليها .
- يُقارن وصف وظائف المنظمة كل واحدة على حده مع وصف الدرجات لتحديد وصف الدرجــة الذي يتشابه وصفها مع وصف الوظيفة ، فالتشابه يعني أن الوظيفة ستصنف في الدرجة التي حــدث التشابه معها .
- تنتهي عملية التقييم بأن يتم توزيع وظائف المنظمة التي يجري تقييمها على الدرجات الوظيفية المحددة .
- ترتب الدرجات الوظيفية تنازلياً من الأصعب والأهم للأسهل أو العكس .

48-Grand Strategy الإستراتيجية الكبيرة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Corporate Strategy

إستراتيجية المنشأة الشاملة

49-Grapevine Communication الإتصال السري (الإتصال غير الرسمي)

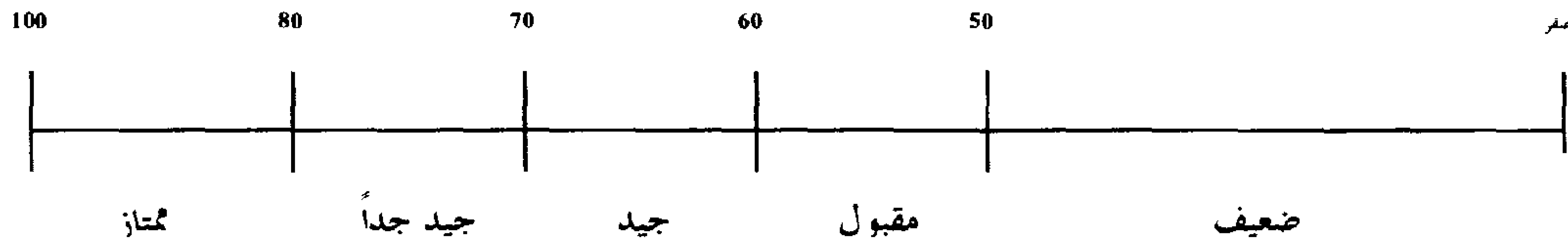
يشير معنى هذا المصطلح الحرفي إلى الإتصال السري للمعلومات ، وظهر وإستخدم خلال الحرب الأهلية الأمريكية ، حيث تم آنذاك توصيل خطوط التلغراف عبر الأشجار من شجرة لأخرى . وقد إســتخدم في الوقت الحاضر ليشير معناه إلى الإتصال غيرالرسمي الذي يتم بين أعضاء التنظيم غير الرسمي في المنظمــة ،

هذا الإتصال له قنوات خاصة بين أعضائه ، تُنقل من خلالها المعلومات غير الرسمية كالشائعات مثلاً وأحياناً الرسمية .

50-Graphic Rating Scale Method — أسلوب التقييم البياني

أحد الأساليب المستخدمة في تقييم أداء العاملين ، حيث بعد تحديد معايير التقييم يخصص لكل معيار خط بياني مقسم إلى درجات أو مقاييس توضح مدى توفر المعيار في أداء وسلوك المُستخدم الخاضع للتقيـيم ، وتكون مهمة المقيم قراءة المعيار ووضع إشارة على الدرجة أو القسم الذي ينطبق على المستخدم كما هـو في الشكل التالي :

معيار التعاون



51-Graphological Test — إختبار الرسوم والأشكال

أحد إختبارات الشخصية الإنسانية التي تستخدمها المنظمات في مجال الإختيار والتعين ، بموجبه يُعـرض على الفرد الذي يجري إختباره مجموعة من الأشكال أو الرسومات البيانية غير الواضحة ، ليختار واحـداً منها ليقوم بإعادة رسمه من جديد حسب ما يراه فيها ، ومن ثم يطلب منه وصف الشكل الذي رسمه بعـدد من الأسطر . فمن خلال الشكل الذي إختاره ورسمه من جديد ومضمون وأسلوب وصـفه لـه ، يمكـن الحكم على معالم شخصيته .

52- Graveyard Shift — وردية العمل الشاقة

صفة أطلقت على وردية العمل الثالثة التي تبدأ من الساعة (12) ليلاً وتنتهي الساعة الثامنـة صـباحاً ، فظروف العمل في هذه الوردية تكون صعبة ، لأن العمل فيها يؤدى ليلاً وهو وقت النوم والراحة ، لذلك تدفع المنظمات عادة تعويضاً إضافياً للعاملين الذين يعملون في هذه الوردية .

53- Great Man Theory — نظرية الرجل العظيم

إحدى نظريات القيادة الإدارية مفادها : أن القائد إنسان موهوب بالفطرة ، منحه الله صفة القيـادة بمـا يحقق له ويعطيه القدرة على تغيير سلوك الآخرين أو الجماعة التي يقودها نحو تحقيـق الأهـداف بنجـاح . وعليه تقول هذه النظرية بأن القائد يتمتع بصفات وراثية أي أنه يولد ولا يصنع .

54- Greedy Robot at Work — المغالاة في آلية أداء العمل

صفة أطلقها مفكرو الإدارة وخاصة النقاد منهم على مفاهيم "فريدريك ونسلوتايلـــور Frederich W. Taylor التي قدمها في بداية القرن الماضي وتتعلق بطريقة أداء العمال لأعمالهم ، حيث صمم واستخدم طريقة تدعى بدراسة الحركة والزمن من أجل إختصار زمن أداء العمل ، عن طريق إستبعاد الحركات الزائدة اللا لزوم لها ويؤديها العمال أثناء عملهم ، حيث جعل أداء العمل وفق حركات محددة ومقيدة بزمن محدد أيضاً ، مما جعل أداء الأعمال آلياً ، وجعل العامل يشعر وكأنه إنسان آلي يدار حسب رغبة وإرادة الآخرين وليس لديه حرية العمل والإختيار .

55-Green Clause Credit — إعتماد الشرط الأخضر

هو أحد أنواع الإعتمادات المستندية المصرفية الذي تسمح شروطه ، تخزين البضـــاعة بإســـم المصـــرف المفتوح لديه الإعتماد .

56- Greentree Computer Assisted Employment Interview — مساعدة شجرة الحاسب الآلي الخضراء في مقابلة التوظيف

خدمة يقدمها الحاسب الآلي للمنظمات في مجال إجراء مقابلات الإختيار والتعيين . فعلى موقعهـــا علـــى شبكة الإنترنيت تعلن المنظمة عن حاجتها لموارد بشرية للعمل لديها ، وتضع إستمارة التوظف على موقـــع المنظمة أيضاً ، فمن يريد تقديم طلب توظيف ، بإمكانه الدخول على موقع المنظمة وأن يطلـــب إســـتمارة التوظف ويستوفي ما هو موجود فيها من بيانات وإستفسارات . بعد عملية الإستيفاء يمكن للمنظمة إجراء مقابلة معه على الإنترنيت والإستفسار منه عن ما تشاء ، دون الحاجة لقدومه للمنظمة للحصـــول علـــى طلب الإستخدام وإجراء المقابلة معه .

57-Grid of Quality Responsibility Product — شبكة مسؤولية جودة المنتج

إن تحقيق الجودة وفق المفهوم المعاصر، ليست مسؤولية فرد أو فريق أو إدارة، إنما هي مسؤولية جماعيـــة ، ومن خلال مجموعة من النشاطات التي يساهم فيها عدة أطراف ، وفي ما يلي شكل يوضح ذلك :

المسؤولية / النشاط	الإدارة العليا	البحوث والتطوير	التسويق	الإنتاج	الموارد البشرية	الشراء	التمويل	تأكيد الجودة
مستوى الجودة	D	P	P	C	-	C	C	I
الدافعية والتحفيز	C	-	-	D	P	-	C	I
فرق الجودة	D	-	-	P	P	-	C	C
رفض المنتج لعدم جودته	-	C	C	D	-	-	I	P
إختيار الموردين	-	C	-	P	-	D	I	C

D: صانع قرار p : مشاركة في عملية صنع القرار C: شخص يستشار حول القرار

I : شخص يُعلم بالقرار المتخذ

من خلال قراءة الشبكة نجد أن مسؤولية الإدارة العليا على سبيل المثال تتحدد في:

- صنع قرار تحديد مستوى الجودة .
- أن تستشير الجهة المختصة في مجال صنع القرار في ما يخص الدافعية والتحفيز .
- صنع القرار في مجال تحديد فرق الجودة .

وبنفس الأسلوب تتحدد باقي المسؤوليات . وفيما يلي ترجمة الأحرف الواردة في الشبكة :

D :	Decision Maker	متخذ قرار
P :	Participate	يشارك
C :	Consult	يستشير
I :	Informed	يُعلم

58- Grievance of Employees **تظلم العاملين**

شكوى رسمية يقدمها العاملون في المنظمات إلى نقاباتهم ضد قرارات إدارتها في ما يخص سوء المعاملة ، وتقييم الأداء غير الموضوعي ، والقرارات التأديبية ... الخ . حيث يقوم ممثل النقابة في المنظمة بمتابعة الشكوى للحصول على قرار حيالها من إدارة المنظمة .

59-Gross Domestic Product (GDP) **مجمل الناتج المحلي**

هو القيمة الإجمالية (الكلية) للسلع النهائية والخدمات المنتجة في دولة ما خلال فترة زمنية محددة ، ويتم حسابه سنوياً .

60-Gross Interest Income of The Bank **إجمالي دخل المصرف من الفائدة**

هو ذلك الدخل الذي يحصل عليه المصرف من الأصول المولدة للفوائد بمختلف أنواعها. ويتأثر هذا الدخل بأسعار الفائدة في السوق وبتركيبة الأصول التي يمتلكها المصرف ، لذلك فعند إرتفاع أسعار الفائدة في السوق ، سينعكس ذلك على إرتفاع هذا الدخل ، والعكس من ذلك صحيح .

61- Gross Margin Profit **الربح الإجمالي**

هو ناتج طرح تكلفة البضاعة المباعة (مواد أولية ، أجور تكلفة الشحن...الخ) من قيمة إجمالي المبيعات .

62- Gross Profit **الربح الإجمالي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Gross Margin Profit

63-Gross Sales **إجمالي المبيعات**

تمثل قيمة جميع الفواتير التي صدرت عن إدارة المبيعات في المنظمة أو المنشأة ، سواء تم دفعها نقداً أو كانت على الحساب (بالدين) ، وبالتالي فهي لا تمثل قيمة المبيعات النقدية .

64-Gross Tonage **إجمالي وزن الشحنة**

يمثل الإجمالي هنا وزن البضاعة المشحونة مع وزن العبوات ومواد اللف والحزم .

65-Group Banking **المجموعة المصرفية**

مجموعة من المصارف تقوم بتكوين شركة قابضة تهيمن على جميع المصارف المشتركة في المجموعة ، وتمتلك في الغالب معظم أسهمها ، وتكون مسؤولة عن تنسيق عمليات تلك المصارف .

66- Group Coherency **تماسك جماعة العمل غير الرسمية**

صفة تطلق على جماعات العمل غير الرسمية (التنظيم غيرالرسمي) التي تتشكل داخل المنظمة (التنظيم الرسمي) . والتماسك يعني وحدة أعضاء الجماعة وقناعتهم بهدفها وإلتزامهم بقواعدها السلوكية ومؤازرتهم لبعضهم بعضاً . ويتأثر تماسك الجماعة (الذي يعطيها القوة) بعدد من العوامل أهمها :

- مدى التفاهم بين أعضائها .
- الإتصال المستمر بين أعضائها .
- المصلحة المشتركة .
- صغر حجم الجماعة الذي يؤدي إلى التفاهم والتماسك وسرعة الإتصال .

67-Group Contagion **عدوى الجماعة**

تعبر عن تأثر الفرد عضو الجماعة (سواء أكانت رسمية أو غير رسمية) بالقيم والقواعد السلوكية السائدة داخلها، سواء أكانت إيجابية أو سلبية ، حيث يتلون سلوكه بها.

68-Group -Value Creating Serial Entrepreneurship **سلسلة المشاريع الصغيرة التي تحقق قيماً مضافة متتالية**

يسعى بعض ملاك المشاريع الصغيرة الناجحة بعد فترة زمنية من إحداثها ، إلى إحداث مشاريع جديدة صغيرة مكملة لنشاطها، على شكل سلسلة مشاريع متتالية كل مشروع يستخدم مخرجات مشروع آخر ، كمدخلات له وعدم شرائها من السوق ، بما يضمن تحقيق قيم مضافة متتالية مثال على ذلك : مشروع حلج القطن المحبوب يمول مشروع غزل القطن المحلوج ، الذي يمول مشروع نسجه ، الذي يمول مشروع صناعة الألبسة الجاهزة .

69-Groups Decisions — القرارات الجماعية

أحد أساليب صنع القرارات ومؤشر على ديمقراطية الإدارة ، بموجبه يساهم في عملية صنع القرار أكثر من شخص ، فمن خلال الحوار والنقاش وتبادل الآراء تتخذ الجماعة القرار ، والأغلبية هي القاعدة التي تحكم صنع القرار ، الذي تقع مسؤوليته على جميع من ساهم في صنعه . وتعتبر المنظمة اليابانية أول من طبق هذا النمط في صنع القرارات .

70-Group Dynamic — ديناميكية الجماعة

أحد المصطلحات المستخدمة في مجال السلوك التنظيمي ، ويشير إلى دراسة سلوك جماعة العمل بما فيه قيادتها ، فيبحث في تكوينها ، والعلاقات القائمة التي تحدث بين أعضائها ، والعوامل المؤثرة في تماسكها وتفككها ، وإنعكاس كل ذلك على أدائها الكلي وقدرتها على تحقيق أهدافها .

71-Group Ideology — عقيدة الجماعة

مجموعة المعتقدات والقيم وقواعد السلوك التي يؤمن بها أفراد الجماعة ، بحيث تشكل الدستور الذي يتحكم في تصرفاهم وسلوكاهم بين بعضهم ومع الغير .

72- Group Incentives — حوافز جماعية

حوافز مالية تدفع على أساس جهد العمال الجماعي وليس الجهد الفردي مثل المشاركة في الأرباح ، والمشاركة في الوفر المحقق في التكاليف الجارية. ويعتبر الأمريكي سكانلون Scanlon أول من طبق هذا الحافز في عام 1930. والغاية من الحوافز الجماعية هي تشجيع روح التعاون والعمل الجماعي داخل المنظمة.

73-Group Norms — أعراف الجماعة

الأعراف هنا مجموعة القواعد السلوكية السائدة بين أعضاء الجماعة الواحدة التي يلتزمون بها، وبالتالي فهي تؤثر في توجيه سلوكهم إما إيجاباً أو سلباً، وذلك حسب نوعية هذه الأعراف في ما إذا كانت بناءة أو هدامة . وهذا المصطلح شائع إستخدامه في مجال علم الإجتماع ، والتنظيم غير الرسمي .

74-Group-Oriented Leadership — قيادة ذات إهتمام (المتوجهة) بالجماعة

هي التي تؤمن بالعمل الجماعي ، وتسعى إلى تعزيز أواصر التعاون بين أعضاء الجماعة التي ترأسها، وهذه القيادة تكون ميالة للإدارة الديموقراطية التي تتبنى العمل الجماعي والمشاركة في صنع القرارات ، وتبادل الرأي والمناقشة بحرية .

75- Groupthink — جماعة التفكير المنسجم

جماعة مكونة من أعضاء منسجمين فكرياً ولديهم مستوى عالي من الترابط والإنسجام في التفكير ويفكرون بإتجاه واحد ، ولديهم الرغبة في أن يلتزموا بالتفكير وتبادل وجهات النظر سوية وبفاعلية حول مسألة ما ، متجاهلين جميعهم المعلومات الخارجية التي تناقض وجهة النظر التي يفكرون فيها ويناقشوها سوية .

76- Group Training — **التدريب الجماعي**

يقوم هذا التدريب بتدريب عدد من المتدربين وفي وقت واحد ، وفي هذه الحالة لا يمكن تنفيذ التدريب أثناء العمل أي أثناء أداء المتدربين لأعمالهم ، بل يتم في أماكن مخصصة ومهيأة للتدريب، وفق برنامج تدريبي مخطط .

77- Groups Methectics — **ديناميكية الجماعات**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Group Dynamic

78- Groups Norms of Informal Organization — **قواعد سلوكية جماعات العمل غير الرسمية**

معايير سلوكية تضعها جماعة العمل غير الرسمية (التنظيم غير الرسمي) لنفسها وليس من خلال التنظيم الرسمي (المنظمة) ونظامه الداخلي ، وعليه فهذه القواعد أو المعايير يكون متفق عليها من قبل جميع أعضائها ويلتزمون ويتقيدون بها ، وهذا الإلتزام شرط لقبول العضو في الجماعة .

79- Groups of Technology — **مجموعات التقنية**

أسلوب يستخدم في مجال تنظيم عمليات التصنيع والإنتاج ، بموجبه ترتب مجموعة الآلات والأدوات المستخدمة في العملية الإنتاجية بشكل متسلسل يسمح بانسياب المنتج تحت التصنيع وفق مراحل تصنيعه الفنية ، وذلك من بداية عملية الإنتاج وحتى نهايتها ، فالمرحلة الإنتاجية الواحدة تضم مجموعة من آلات وعُدد وعمال متجانسون ومتكاملون من حيث الخبرة والمهارة ، ويكونوا قادرين على إستخدام تكنولوجيا الآلات الموجودة في المرحلة الإنتاجية (المجموعة) الواحدة .

80-Growth Stocks Portfolio — **محفظة نمو الأوراق المالية**

هي إحدى أنواع محافظ إستثمار الأوراق المالية ، التي يتم تكوينها عن طريق شراء أسهم مُنتظر إرتفاع سعرها في سوق الأوراق المالية بعد فترة زمنية ، والإحتفاظ بها وعدم بيعها لفترة من الزمن ، لتحقيق أرباح وفيرة .

81- Growth Strategy — إستراتيجية النمو

إتجاه إستراتيجي تنهجه المنظمات في ممارسة نشاطها المستقبلي ويعبر عن التوسع في هذا النشاط ، حيث يكون لهذا التوسع أشكالاً متعددة منها: التوسع والنمو عن طريق زيادة الطاقة الإنتاجية لنفس المنتج أو المنتجات لتلبية زيادة الطلب عليها ، فتح أسواق جديدة ، إنتاج تشكيلة سلعية ، أو القيام بإنتاج إحتياجات المنظمة من المواد . ويتم إختيار شكل ومضمون التوسع في ضوء إعتبارات تتعلق بإمكاناتها وظروف البيئة التي تعمل في ظلها .

82- Growth Strategy for Sale & Investment — إستراتيجية النمو لأغراض البيع والإستثمار

تهدف هذه الإستراتيجية إلى إنشاء أو تكوين مشروع أعمال وتنمية أعماله ، وتوطيد مكانته في السوق ، وإيصاله إلى درجة جيدة من الأرباح ، ومن ثم بيعه لمشروع أعمال آخر أو مستثمر ، لقاء مبلغ معين من الربح .

83- Growth-with Caution Strategy — إستراتيجية النمو الحذر

تقوم هذه الإستراتيجية على موقف أو على أساس التأني والتروي قبل الإقدام على أي عمل أو نشاط توسعي للمنظمة في المستقبل . ولخدمة ذلك تقوم بدراسات تنبؤية مكثفة للسوق والمتغيرات البيئية المحيطة بها وإتجاه هذه المتغيرات المستقبلية . وتستخدم هذه الإستراتيجية بشكل خاص من قبل المنظمات التي تعمل في ظل ظروف بيئية تتسم بعدم التأكد وبدرجة عالية ، مما يستدعي معه توخي الحيطة والحذر في النشاط التوسعي المستقبلي للمنظمة .

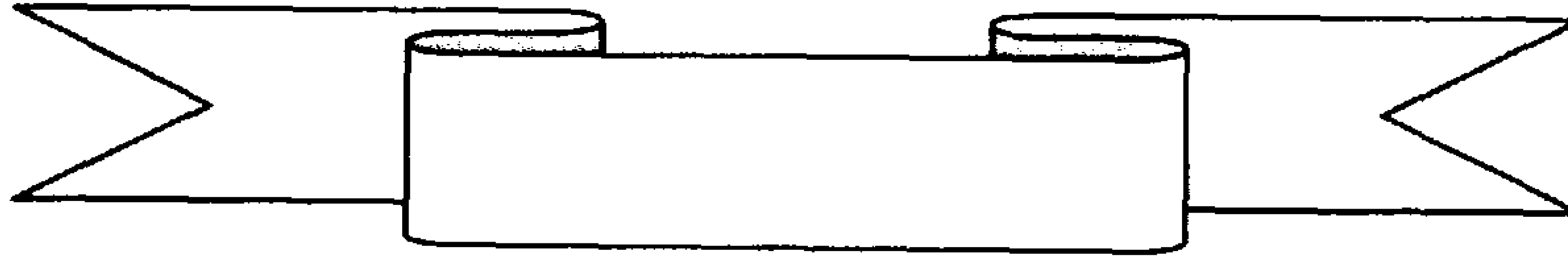
84- Gust Model of (HRM) — نموذج جست في إدارة الموارد البشرية

وضع هذا النموذج البريطاني "ديفيد جست David Gust" في مجال إدارة الموارد البشرية عام 1989 وقام باختباره على مدى ثمان سنوات إلى أن نشره عام 1997. ويوضح هذا النموذج الإطار العام لنشاط إدارة الموارد البشرية الإستراتيجي في المنظمات . ويتكون النموذج من خمسة عناصر أساسية :

- أهداف إستراتيجية إدارة الموارد البشرية .
- ممارسات إدارة الموارد البشرية (وظائفها) .
- نتائج ممارسات إدارة الموارد البشرية المفترضة (جودة أداء، ولاء العاملين ...الخ) .
- نتائج سلوك الموارد البشرية المفترضة(جهد ، دافعية ، اندماج) .
- نتائج الأداء الكلي للمنظمة المتوقع (جودة ، إبتكار ، إنخفاض في التكاليف والشكاوى والغياب عن العمل) .

85-Guild Spirit الروح الطائفية

إحدى الظواهر السلبية التي يمكن أن تسود أجهزة الإدارة العامة ، وبشكل خاص في الدول المتخلفـــة . ويقصد بها التعصب والتحيز اللاموضوعي والعاطفي الذي يحدث لدى الموظف الحكومي تجاه من يعمل معه في نفس مكان العمل والذي هو من نفس ديانته ، أو مذهبه الديني .





1- Halo Effect Error — خطأ التأثر بالهالة

يقع هذا الخطأ في عملية تقييم الأداء وفي مقابلات الإختيار لتعيين الموارد البشرية في المنظمات . وفحوى هذا الخطأ هو : تأثير تقييم صفة على تقييم باقي الصفات ، وهذا يعني تأثر المقوم بصفة غالبة لدى الشخص الذي يقيمه بحيث تطغى على تقييمه للصفات الأخرى ، وتكون نتيجة التقييم عبارة عن إنطباعه عن هذه الصفة الغالبة التي قد تكون إيجابية أو سلبية ، وهنا تكون نتيجة التقييم غير موضوعية وغير صحيحة .

2-Halsy Incentive Wage Scheme — خطة هالسي للأجر التشجيعي

خطة تشجيعية خاصة بدفع الأجور على أساس الإنتاج إبتكرها الأمريكي"جورج هالسي ، George Halsy " في أوائل القرن العشرين ، وكانت أول خطة تشجيعية للوصول إلى أفضل نظام لدفع الأجر على أساس القطعة آنذاك ، حيث يحدد أجر العامل بموجب هذه الخطة على النحو التالي:

الأجر المستحق = الأجر بالساعة × الوقت المستنفذ في العمل + نسبة مئوية من الوقت الذي يوفره العامل في العمل . ميزة هذه الخطة أو الطريقة أنها تشجع العامل على توفير الوقت ليزداد أجره بنسبة مئوية ، كما أنها تضمن له حداً أدنى من الأجر ، وهو الوقت الذي قضاه في العمل .

3-Hand to Mouth Purchasing Policy — سياسة الشراء عند الحد الأدنى أو على قدر الحاجة

بموجب هذه السياسة تشتري المنظمة كمية قليلة لتغطي حاجتها من صنف أومادة ما ولفترة زمنية قصيرة فتخفض من تكلفة التخزين لديها . وتلجأ المنظمة إلى إستخدام هذه السياسة عندما تسمح ظروف السوق والبيئة المحيطة بذلك ،كتوفر الصنف باستمرار في السوق ، حالة الكساد ، سعر الصنف حالياً مرتفع في السوق ومتوقع إنخفاضه في الفترة القادمة .

4-Hard Selling — البيع الصعب

هو الصعوبة المتمثلة في عملية إقناع الزبون المحتمل بشراء السلعة أو الخدمة ، ومصدر هذه الصعوبة مصدرين إثنين : الأول المستهلك المحتمل نفسه بسبب مستواه التعليمي والثقافي ، فالمستوى العالي يجعل هناك صعوبة في عملية الإقناع ، والجنس فالنساء أكثر سهولة في إقناعهم من الرجال ، والعمر فالشباب أكثر قبولاً للإقتناع من الكبار في السن....الخ . والثاني المنافسة وشدها ، فعندما يكون في السوق منافسة عالية والبدائل المتاحة أمام المستهلك كثيرة ، تكون عملية إقناع المستهلك المحتمل والبيع له صعبة .

5-Harmony and Integration Principle — مبدأ التجانس والتكامل

هو أحد مبادئ الإدارة الذي يشير إلى ضرورة تجميع المهام أو الأعمال المتشابهة أو المتكاملة مع بعضها بعضاً ، وإسناد مهمة أدائها أو تنفيذها لفرد أو أكثر أو لوحدة إدارية ، من أجل منع الإزدواجية والإحتكاك في أداء العمل .

6-Harmony of Objectives — تجانس الأهداف

يشير هذا المصطلح إلى عدم وجود تعارض بين الأهداف الفرعية والثانوية التي تشتمل عليها إستراتيجة أو خطة المنظمة أو العمل ، حيث يجب أن يصب جميعها في تحقيق الهدف الكلي وهو الصالح العام .

7-Harvard University Model for Human Resource Management — نموذج جامعة هارفارد لإدارة المورد البشري

وُضع هذا النموذج من قبل "جامعة هارفارد " الأمريكية ليوضح الإطار العام المعاصر لنشاط إدارة المورد البشري الذي يتكون من ست عناصر هي :

- إستراتيجية المورد البشري يجب أن توضح نهج تعامل المنظمة مع هذا المورد .
- تتأثر إستراتيجية المورد البشري بتغيرات البيئة الداخلية والخارجية .
- تتأثر الإستراتيجية باهتمامات أصحاب العلاقة (الملاك ، المجتمع ... الخ) .
- نتائج إستراتيجية المورد البشري المتوقع الحصول عليها هي : ولاء ، أداء عالي المستوى ، إنخفاض في التكاليف ... الخ) .
- نتائج إستراتيجية المورد البشري للمدى الطويل هي : فاعلية تنظيمية ورضا المجتمع .
- تغذية عكسية مرتجعة ، وتمثل تغيرات في المواقف والظروف المحيطة التي تؤثر في إستراتيجية المورد البشري ، حيث يجب تعديلها في ضوء تأثيرها .

8-Harvesting Strategy — إستراتيجية الحصاد

خطة مستقبلية سريعة تسعى المنظمات التي تطبقها إلى تحقيق مكاسب في المستقبل القريب دون إعتبار لما يحدث من نتائج سلبية في المستقبل البعيد ، فالغاية هي تحقيق الربح السريع وفي فترة زمنية ليست طويلة .

9-Hawthorne Experiment — تجارب هوثورن

مجموعة من التجارب الميدانية قام بهاشخص أمريكي يدعى بـ" إلتون جورج مايو Elton G.Mayo " مع مجموعة من زملائه في شركة الكهرباء الأمريكية في الولايات المتحدة دامت خمس سنوات ما بين عام 1927 و 1932 . هدفت هذه الدراسات إلى إثبات صحة عدد من الفرضيات ، وأهم النتائج التي توصلت إليها ما يلي :

- التوافق والإنسجام الإجتماعي بين أعضاء مجموعة العمل أهم من ظروف ومناخ العمل المادي .

- الحوافز المعنوية لا تقل أهمية عن الحوافز المادية بل تفوقها أحياناً .
- ترتفع إنتاجية الفرد طرداً مع إرتفاع روحه المعنوية .
- السلطة والنفوذ يؤثران سلباً في الروح المعنوية والإنتاجية .
- ضرورة إشعار العاملين بأهمية دورهم في العمل .
- ضرورة حل مشاكل العاملين لرفع روحهم المعنوية .

10-Hay Method-Job Evaluation — **أسلوب هيّ° في تقييم الوظائف**

يستخدم هذا الأسلوب في تقييم الوظائف الإدارية الرئاسية والإشرافية ، ويستخدم في عملية التقييم ثلاثة معايير رئيسة ، كل منها مجزأ إلى معايير فرعية ، ولكل منها وزن أو قيمة رقمية توضح مدى أهمية المعيار ، وهذه المعايير ما يلي :

- يعرف كيف (المعرفة) .
- حل المشكلة والنشاط الذهني .
- المساءلة (المسؤولية) .

فكلما توفرت المعايير أعلاه في الوظيفة التي يجري تقييمها ، زادت قيمتها وبالتالي أهميتها .

11-Hay's Hrxpert — **نظام تقييم الوظائف الآلي**

نظام يستخدم الحاسب الآلي من أجل تقييم الوظائف وتحديد الرواتب والأجور التي تستحقها ، حيث يمكن الحصول على نتائج التقييم خلال فترة وجيزة ، بعد تزويد الحاسوب بمعايير التقييم وأوزانها (قيمها)، ووصف الوظيفة ومواصفات شاغلها .

12-Hazard Pay — **تعويض مخاطر العمل**

مبلغ من المال (تعويض) تدفعه المنظمات زيادة على الراتب أو الأجر للعاملين الذين يمارسون أعمالاً خطرة ، أي التي يصاحبها إحتمال حدوث أمراض أو إصابات وحوادث بسبب طبيعتها، كتعويض منها عن هذه المخاطر . ومن هذه الأعمال على سبيل المثال :الطيارون ، الغواصون في البحار ، رجال إطفاء الحرائق ... الخ .

13-Head on Market of Strategy — **إستراتيجية السوق الضاغطة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Market Direct-Attack Strategy

14-Headhunter Recruiter — **المستقطب صائد الرؤوس**

شخص متخصص في عملية إستقطاب الموارد البشرية ، يقوم بالبحث عن موظفين أصحاب المؤهلات والخبرات العالية للتعيين في وظائف رئاسية عليا في المنظمة ، التي تكلفه بهذه المهمة لقاء أجر يدفع له .

15-Head's Movement Communication **الإتصال بحركات الرأس**

أحد أدوات الإتصال غير اللفظي التي يسميها بعضهم بلغة الجسد ، فمن خلال حركات الرأس وإتجاهاتها ، يمكن للإنسان أن ينقل بعض المعاني أو الرسائل القصيرة . فحركة الرأس إلى اليمين وإلى اليسار أكثر من مرة يعني عدم الرضى والإستهجان ، وكذلك حركة الرأس إلى الخلف تعني الرفض ، وحركته إلى الأمام تعني القبول .

16-Health and Safty Legislation **تشريعات الصحة والسلامة المهنية**

قوانين تصدرها الحكومات تلزم من خلالها منظمات الأعمال بتوفير سبل الحماية للعاملين لديها من مخاطر العمل (أمراض ، حوادث ، وإصابات) . وتشتمل على جانبين : الأول ويتعلق بالنواحي الفنية كاستخدام آلات لا ينتج عنها مخاطر ، إستخدام مواد غير ضارة ، توفير مناخ مادي صحي جيد كالتهوية والإضاءة ...الخ ، الثاني : يتعلق بنواحي مالية كنفقات العلاج الطبي ، التعويضات المالية التي تدفع للعاملين عند إصابتهم بعجز دائم أو مؤقت .

17- Health and Safety Officer **ضابط الصحة و السلامة المهنية**

شخص مسؤول في المنظمة يعهد إليه مهمة مكونة من شقين : الأولى القيام بجولات تفتيشية دورية ومستمرة للأماكن التي تؤدى فيها الأعمال وفحص المناخ المادي في مكان العمل والآلات المستخدمة فيه، لتحديد مصادر الخطر التي يمكن أن تُحدث حوادث وإصابات ، وليعد عنها تقريراً ويرفعه للجهة صاحبة العلاقة من أجل التصرف . الثاني التأكد من أن العاملين يطبقون إرشادات وقواعد الحماية من الحوادث والإصابات ، والتأكد أيضاً من جاهزية أدوات ووسائل الحماية ، وتسجيل المخالفات ورفعها للجهة صاحبة العلاقة للتصرف أيضاً .

18- Health and Safety at Workplace **الصحة و السلامة في مكان العمل**

برنامج (أو أكثر) يشتمل على مجموعة من الأعمال والإجراءات الفنية والإدارية التي تصممها المنظمات بوجه عام والصناعية بوجه خاص ، تهدف إلى دراسة وتحليل الأعمال التي تمارس فيها لتحديد المخاطر المحيطة بالعاملين الذين يؤدون هذه الأعمال ، وتحديد مصادرها وأسباب حدوثها ، للعمل على وضع السبل الكفيلة من أجل تلافيها ، أو على الأقل تخفيف درجة حدوثها ، وتوفير مناخ عمل مادي صحي مناسب ، تتوفر فيه شروط الصحة والسلامة المهنية في مكان العمل .

19- Health Care Service of Employees **خدمة رعاية العاملين صحياً**

خدمة طبية تقدمها غالبية المنظمات للعاملين لديها وتعد من حوافز الخدمات الإضافية . بموجبها تتعاقد المنظمة مع عدد من الأطباء والمستشفيات والصيدليات من أجل معالجة مرضاها من العاملين ويسمى هذا التعاقد بالشبكة الصحية المعتمدة ، حيث لا يجوز العلاج خارج هذه الشبكة إلا في حالات إستثنائية .

20- Health Hazards at Workplace — مخاطر الصحة في مكان العمل

هي الأمراض والحوادث التي تصيب العاملين بسبب طبيعة الأعمال التي يمارسونها ، أو بسبب طبيعة عمل المنظمة ككل كالمناجم مثلاً . هذه الأمراض متنوعة حسب طبيعة الأعمال ولا تحدث بشكل آني ، إنما تحدث بشكل تدريجي تراكمي تؤدي إلى تدهور صحة العاملين مع مرور الزمن . ومن هذه الأمراض إرتفاع ضغط الدم الشرياني ، والأزمات القلبية بسبب ضغط العمل المستمر ، وأمراض العمود الفقري ، وضعف السمع والبصر .. الخ . أما حوادث العمل كالكسور والجروح فهذه لا تأتي تدريجياً بل تحدث بشكل مفاجيء .

21-Hierarchical Data-Base — قاعدة البيانات الهرمية (التدرجية)

هي إحدى أنواع قواعد البيانات ومن أقدمها ، وتكون على شكل بنية شجرية أي تشبه الشجرة ، حيث يتكون نموذجها الهرمي من سجل أساسي يدعى بالجذر ، يتفرع عنه مجموعة من الفروع أو الغصون المرتبطة جميعها بالجذر وهو السجل الأساسي . يفهم من ذلك أن هذه القاعدة هي بمثابة سجل أساسي للبيانات يتفرع منه سجلات كثيرة على هيئة هرم أو شجرة ، كل سجل منها يخدم مجال عمل معين .

22-Hierarchy of Authority — هرم السلطة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Scalar of Authority

تدرج السلطة

23-Hierarchy of Needs Theory — نظرية تدرج الحاجات

ويسميها بعضهم بنظرية سلم أولويات الحاجات الإنسانية ، وتعد أولى نظريات الدافعية الإنسانية التي وضعها "أبراهام ماسلو Abraham Maslow"،حيث صنف في نظريته الحاجات الإنسانية ضمن خمس مجموعات أو درجات رتبها حسب أهميتها أو أولويتها في الإشباع لدى الإنسان ، الذي يبدأ بإشباع المجموعة الأولى ، فالثانية وهكذا . وفي ما يلي توضيح لهذه الدرجات :

- الحاجات الفسيولوجية : وتشتمل على الحاجات التي إشباعها يحافظ على حياة الإنسان كالطعام، والشراب ، والجنس ، والراحة ، ....الخ ، وتأخذ الأهمية أو المرتبة الأولى .

- حاجات الأمان والسلامة : وهي التي توفر له الحماية من أخطار البيئة المحيطة به التي تؤثر في صحته وسلامته ودخله ، كالحماية من الأمراض ، الحماية من المخاطر التي تهدد سلامته ، والمخاطر التي تهدد دخله المالي ...الخ .
- الحاجات الإجتماعية : إعتبر ماسلو أن الإنسان مخلوق إجتماعي يعيش في جماعات إنسانية وكونه كذلك ، فلديه حاجات إجتماعية يريد إشباعها ،كالحب ، والصداقة ، الإنتماء ، القبول من الآخرين .
- حاجات تقدير الذات : تشتمل هذه الدرجة على حاجات إشباعها يؤدي إلى شعور الإنسان بقيمته وأهميته ، كاحترام الآخرين له ، تقدير الإنجازات من قبل الآخرين ..الخ .
- حاجات تحقيق الذات : وتمثل الرسالة التي يسعى الإنسان إلى تحقيقها في حياته .

وقد أشار ماسلو إلى أن مضمون نظريته تتصف بطابع العمومية ، بمعنى أن هذا الترتيب أو هذا السلم موجود لدى جميع بني البشر.

24-Hierarchy of Quality هرم الجودة

صاحب هذا المفهوم الياباني"نورباكي كانو Norbaki Kano "ويسمي بعضهم هذا الهرم بتدرج الجودة الذي يفيد بما يلي: المنظمة التي تريد أن تحقق التميز والرضى العالي المستوى لدى زبائنها عليها أن تتدرج في تقديم مستوى الجودة لهم بثلاث مراحل أو مستويات متتالية على النحو التالي :

- المستوى الأول ما يجب أن يكون : يمثل هذا المستوى أو الدرجة من الجودة الحد الأدنى من المزايا التي يجب أن تتوفر في السلعة أو الخدمة المقدمة للزبون ، التي يتوقع الحصول عليها بعد شرائه للسلعة أو إقتنائه للخدمة ، وعادة تكون هذه المزايا معروفة له مسبقاً ومتأكد من الحصول عليها. فالزبون الذي يدخل مطعماً معيناً يعرفه يتوقع أن يحصل على لحم طازج ، ومائدة وصحون وملاعق..الخ نظيفة ، فإذا لم يقدم المطعم له هذه المزايا ، فإنه سوف يستاء ويشعر بعدم الرضى .
- المستوى الثاني مزيد من الجودة أفضل: يشتمل هذا المستوى على مزايا المستوى الأول ومزايا إضافية مثل: نظافة متميزة ، مكان هادئ ومريح ، موسيقى خفيفة ، هذه المزايا الإضافية تحقق رضى أعلى لدى الزبون في المطعم .
- المستوى الثالث البهجة والسرور: يشتمل على مزايا لم يكن الزبون يتوقع أن يحصل عليها، وهي تدخل إلى نفسه البهجة والسرور، ذلك لأنها فاقت توقعاته ، وتجعله راضي تماماً عن السلعة أو الخدمة ، ويتحقق لديه الولاء لها ، مثال ذلك إيصال زبون المطعم مجاناً للمكان الذي يقصده إذا لم يكن لديه سيارة خاصة .

ونصح "كانو" المنظمات ألا تعمل على تحقيق المستوى الثالث بقفزة واحدة ، بل التدرج من مستوى لمستوى أعلى .

25-Hierarchy of Strategy — هيراركية الإستراتيجية

تتكون أية إستراتيجية عادة من ثلاث مستويات هي :

- مستوى الإستراتيجية الشاملة : ويُحدد فيه وحدات الأعمال والمجالات ، التي سوف تُستثمر فيها موارد المنظمة مستقبلاً .
- مستوى إستراتيجية الأعمال : يتحدد فيه إستراتيجيات الأعمال والأفعال التي سوف تنفذ في كل وحدة منها وصنع القرارات الخاصة بذلك .
- مستوى إستراتيجية الوظائف : وفيه تُحدد إستراتيجيات وظائف المنظمة اللازمة في وحدات الأعمال مثل : وظيفة الإنتاج ، وظيفة التسويق ، وظيفة الشراء ... الخ .

26-High-Performance Work System — نظام الأداء العالي للعمل

مدخل معاصر يستخدم في مجال تصميم العمل إستحدثته المنظمات اليابانية ويدعى" بأسلوب فريق العمل"، الذي بموجبه يُشكل الهيكل التنظيمي وخاصة في المستوى الإداري المباشر من فرق عمل متعددة ، يكون لكل فريق قائد ، حيث يُحدد للفريق الواحد مهمة أو هدفاً عليه إنجازه ، وتترك له الحرية الكاملة في أن يقرر ويوزع المهام على أعضائه ، بشكل يتاح للعضو أن يمارس أكثر من مهمة ضمن فريقه . وقائد الفريق يعمل إلى جانب مهمته بمثابة المعلم ، والمدرب ، والمنسق ، والناصح ، والموجه لأعضاء فريقه .

27-High-Yield Bonds — سندات عالية الربحية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Junk Bonds

السندات الرديئة

28-Hired Hands — الأيدي المستأجرة

مصطلح كان يطلق على العمال في بداية القرن الماضي ، حيث ينظر إلى العامل على أنه آلة يُستأجر للعمل ويتم الإستغناء عنه في أي وقت ، ويتضح من معنى هذا المصطلح أن فيه تصغير وتقليل من شأن وأهمية العامل .

29-Hireing Freeze — تجميد التوظيف

سياسة تتبعها المنظمات (شركات ، منشآت) من أجل تخفيض قوة العمل (العاملين) لديها ، وهي سياسة طويلة الأجل مفادها : عدم تعويض العاملين الذين تخسرهم المنظمة بسبب الإحالة على

التقاعد ، التسريح ، الإستقالة ، الفصل ، فمع مرور الزمن وبسبب عدم تعيين عاملين بدلاً عنهم ، تتمكن المنظمة تدريجياً التخلص من الفائض لديها من الموارد البشرية .

30-Historical Comparison Method — أسلوب المقارنة التاريخية

هو أحد أساليب التنبؤ الشائعة في الإستخدام ، على أساس أن الحاضر ما هو إلا إمتداد للماضي ، وبالتالي فهو يعتمد في عملية التنبؤ على جمع معلومات عن ما حدث في الماضي بخصوص الظاهرة التي تجري دراستها ، ومقارنتها مع ما يحدث في الحاضر ، وعلى أساس ذلك يتم التنبؤ بما سيحدث في المستقبل .

31-Historical Performance Record — سجل الأداء التاريخي

يقصد بالسجل هنا كراس مبوب إلى أسابيع وشهور (أحياناً أيام) مع تواريخها ، يسجل فيها الرئيس المباشر(المقيم) ملاحظاته الإيجابية والسلبية عن أداء مرؤوسيه خلال فترة التقييم ، ليعود إليها في نهاية الفترة ويعتمد عليها في تقييم أدائهم ، ولا يعتمد على ذاكرته ليتذكر ما قدمه وسلكه مرؤوسوه ، ليأتي التقييم أكثر موضوعية . وتجدر الإشارة إلى أن المقيم لا يسجل في هذا الكراس سوى الأحداث الهامة فقط التي لها تأثير إيجابي أو سلبي في الأداء . ويفيد سجل الأداء الرئيس المباشر في مناقشة تقييمه لأداء مرؤوسيه معهم ، ليثبت لهم صحة تقييمه ، وذلك بمواجهتهم بالأحداث التي صدرت عنهم مع تواريخها.

32-Holding Bank Company — شركة قابضة مصرفية

مصرف يسيطر على مصارف أخرى ، عن طريق المساهمة بنسبة معينة في رؤوس أموالها.

33-Holding Company — شركة قابضة

شركة تستثمر أموالها بشراء أسهم شركات أخرى من أجل السيطرة عليها بفضل أكثرية الأسهم التي تمتلكها ، حيث تساعدها في عملية التصويت على القرارات وتوجيه الشركة الوجهة التي تريدها .

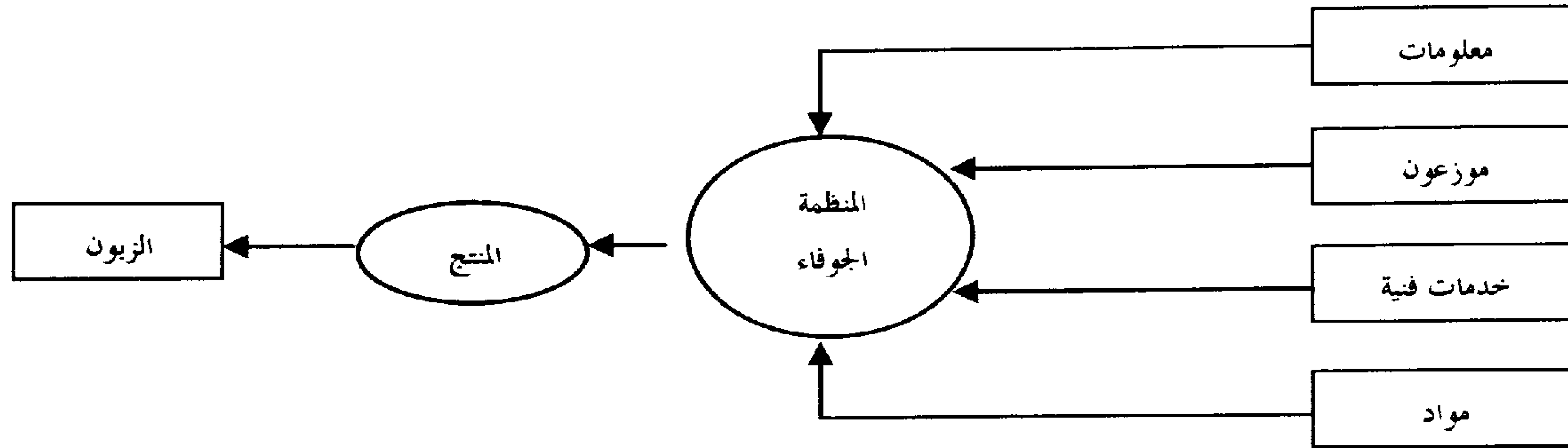
34-Holding Strategy — إستراتيجية المحافظة

توجه مستقبلي يرسم نشاط المنظمة ويوجهه من أجل الدفاع والمحافظة على وضعها الحالي مستقبلاً ، بعد أن تتأكد أنه من الصعوبة بمكان الإقدام على أية عملية نمو لأعمالها ، وذلك بسبب شدة المنافسة ، لهذا تصنف هذه الإستراتجية ضمن الإستراتيجيات التي تهدف إلى المحافظة على الحصة السوقية ، عن طريق صد هجمات المنافسين ، والسعي إلى تلبية مطالب ورغبات الزبائن بمستوى عالي ، وخفض التكاليف وتحسين جودة المنتج والخدمة المقدمة للزبون .

35-Hollow Organization — المنظمة الجوفاء

منشأة لا تعتمد على مواردها الذاتية في تقديم (إنتاج) منتج للزبون والسوق ، بل تعتمد على موارد وإمكانات ونشاط منشآت أخرى تقدم لها موارد متنوعة متكاملة في سبيل تحقيق المنتج وتقديمه للسوق ،

بمعنى أن المنظمة الجوفاء تقوم بتوحيد وتنسيق موارد ونشاطات منشآت أخرى للوصول إلى منتج معين وتسويقه . وتعتبر هذه المنظمة شكلاً من أشكال التعاون والتكامل الإنتاجي كما هو موضح في الشكل التالي :



36-Home Based Business — مشروع أعمال ذو طابع منزلي

ويسميه بعضهم بالمشروع المتناهي في الصغر، حيث يتم إنتاج السلعة في المنزل من قبل عدد قليل جداً من العمال ، الذين يكونوا في الغالب من أسرة واحدة ، وباستخدام آلات بسيطة ، وموارد قليلة ، وحجم الإنتاج فيه قليل أيضاً ، ودرجة المخاطرة المصاحبة له كبيرة لضعف إمكاناته وخاصة التسويقية ، ومعدل الربح فيه ضعيف ، وغالباً يكون هذا النوع من المشروعات غير رسمي أو غير مسجل لدى الحكومة أي ليس لديه ترخيص بالعمل .

37-Home Goods — سلع وطنية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Home Industry

صناعة وطنية

38-Home Industry — صناعة وطنية

هي السلعة أو السلع التي يجري تصنيعها وإنتاجها في أية منطقة جغرافية ضمن حدود الدولة .

39-Home Made — مصنوع محلياً

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Home Industry

صناعة وطنية

40- Honesty Test — إختبار الأمانة

أحد الإختبارات المستخدمة في مجال عملية إختيار وتعين الموارد البشرية في المنظمات . يهدف هذا الإختبار إلى قياس درجة الأمانة والثقة الموجودة لدى المتقدم للعمل ، وذلك للحكم على أهليته للتوظيف

في وظائف تتطلب توفر درجة عالية من هذه الصفة كوظائف الأمن ، والدفاع ، والمصارف ، والسلك الدبلوماسي ...الخ .

41-Horizontal Auditing المراجعة الأفقية

هي عملية تدقيق وتقييم لمدى حسن إستخدام الموارد (المدخلات) ، وتعظيم فاعلية الجهود المبذولة في إستثمارها .

42- Horizontal Communication الإتصال الأفقي

يمثل أحد إتجاهات الإتصال الرسمي الذي يحدث داخل المنظمات ، ويتم بين الوحدات الإدارية والعاملين فيها التي هي في ذات المستوى الإداري . ويهدف هذا الإتصال إلى إحداث التنسيق في العمل في المستوى الإداري الواحد .

43- Horizontal Growth Strategy إستراتيجية النمو الأفقي

تعمل هذه الإستراتيجية على توسيع نشاط المنظمة المستقبلي بزيادة طاقتها الإنتاجية لنفس المنتجات أو الخدمات الحالية ، من خلال إدخال تكنولوجيا آلات حديثة ، أو شراء منظمات أخرى تنتج ذات منتجاها أو خدماها ، مما يوسع من حجم نشاطها وعملها المستقبلي ، ويُمكنها من دخول أسواق جديدة لزيادة حجم مبيعاها وأرباحها .

44- Horizontal Job Enlargement توسيع العمل (الوظيفة) أفقياً

أحد المداخل المستخدمة في مجال تصميم الأعمال أو الوظائف ، يهدف إلى توسيع نطاق ممارسة الموظف أو العامل لعمله أو وظيفته ضمن تخصصه ، حيث يُصمم عمله بشكل يتيح له ممارسة مهام متنوعة ضمن القسم الذي يعمل فيه أو ضمن المرحلة الإنتاجية الواحدة التي يعمل فيها . والغاية من ذلك تخفيف روتين العمل وتكراره اللذان يسببان الملل والضجر وإنخفاض الروح المعنوية والإنتاجية . عليه يمكن القول أن توسيع العمل أفقياً هو وسيلة لإدخال عنصر الإثارة في أداء العاملين لأعمالهم الروتينية البسيطة المتكررة ، وبالتالي يعتبر أحد وسائل التحفيز المعنوي .

45-Horizontal Market السوق الأفقي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Lateral Market

46-Horizontal Mergering Strategy إستراتيجية الإندماج الأفقي

هي إحدى إستراتيجيات الإدارة الإستراتيجية التي بمقتضاها تندمج شركتان تعملان عادة في نفس المجال، لتصبحا شركة واحدة باسم جديد وهيكل تنظيمي جديد أيضاً . وتهدف هذه الإستراتيجية إلى تقوية

الشركتين وتوسيع نشاطهما في نشاط واحد ، والتخلص من منافسة بعضهما بعضاً ، ومواجهة منافسة الآخرين بشكل أقوى .

47-Horizontal Organization **منظمة أفقية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Horizontaliztion Organization Structure

48-Horizontal Organizational Conflict **الصراع التنظيمي الأفقي**

يمثل أحد الإتجاهات التي يأخذها الصراع التنظيمي في المنظمات ،ويحدث بين العاملين أو الوحدات الإدارية التي هي في ذات المستوى التنظيمي .

49-Horizontal Tax Equity **عدالة الضريبة الأفقية**

يشير معنى هذا المصطلح إلى ضرورة معاملة الذين يقعون في نفس الشريحة الضريبية معاملة واحدة ، في ما يتعلق بالضريبة التي يدفعونها لخزينة الدولة .

50-Horizontalization Organization Structure **أفقية الهيكل التنظيمي**

تعبر عن التوجه المعاصر في تصميم وهيكلة المنظمة حيث تركز على الأمور التالية : تقليل عدد المستويات الإدارية ، توسيع نطاق التخصص ، توسيع نطاق الإدارة والإشراف ، تبني مدخل إثراء العمل ، تبني أسلوب فرق العمل ، ربط التقسيمات الإدارية عمودياً وأفقياً بشبكة معلومات حاسوبية ، توفير التنسيق العالي المستوى .

51-Horn Error **خطأ التأثر الوحيد**

يحدث هذا الخطأ عادة في عمليات تقييم أداء العاملين ومقابلات التوظيف في المنظمات ومفاده : أن المقيم يتأثر بصفة أو خاصية معينة سلبية أو إيجابية واضحة كثيراً لدى الشخص الذي يُقيم ، كعدم الأناقة، عدم المرح ، عدم الوسامة .. الخ ، فيعتبر هذه الصفة السلبية مؤشراً على ضعف أدائه أو عدم صلاحيته للتعيين .

52-Hoshin Kanri Method **أسلوب هوشين كانري**

يعود أصل هذه الكلمة إلى ما يلي :

Ho	=	**Method**	: أسلوب
Shin	=	**Shiny Metal**	: معدن لامع
Kanri	=	**Planning**	: تخطيط

يهدف هذا الأسلوب الياباني إلى التحسين المستمر في الأداء وهو يقوم على الركائز التالية :

- تحليل المتغيرات البيئية المحيطة وتحديد الفجوات .
- إختيار الأولويات الحيوية وتركيز الموارد البشرية عليها والأولويات هنا سد الفجوات .
- تصميم خطة متكاملة للإنطلاق نحو تحقيق الأولويات أي لسد الفجوات .
- تنفيذ الخطة .
- المتابعة المستمرة لتنفيذ الخطة لإدخال التعديلات اللازمة عند الضرورة .
- تحقيق التحسين المستمر للأداء .

53-Hostile Action at Workplace — **الأفعال العدائية في مكان العمل**

تصدر هذه الأفعال والسلوكات السلبية غير المقبولة عن بعض العاملين بشكل متعمد ومقصود، وتعتبر مؤشرات لوجود دافعية سلبية لدى من تصدر عنه ، وحالة من عدم الرضى والإستياء وضعف الروح المعنوية . وتأخذ هذه الأفعال أشكالاً عدة مثل : تعطيل الآلة ، هدر المواد ، تخريب في الممتلكات ، تشويه سمعة المنشأة لدى الجمهور ، العنف مع الزملاء...الخ .

54-Hostile Work Environment — **بيئة عمل عدائية**

بيئة عمل تسودها ثقافة عدائية ، تصدر عن العاملين فيها سلوكات غير سليمة وعدائية تجاه بعضهم بعضاً، وخاصة بالنسبة للنساء العاملات التي تدعى بالتحرش الجنسي، وتجاه المنظمة التي يعملون فيها .

55- Hot Stove Rule of Discipline — **قاعدة تأديب العاملين الفوري (المدفأة الساخنة)**

أحد أنظمة تأديب العاملين الذين يخالفون قواعد العمل . وتقوم هذه القاعدة على مبدأ معاقبة كل فرد يخالف قواعد العمل فوراً أي بعد حدوث المخالفة على الفور وعدم الإنتظار ، على مبدأ المدفأة الساخنة التي إذا لمسها أي إنسان سوف يصاب الجزء الذي لامسها من جسمه وسوف يتألم على الفور ، وهذا الألم سيكون بمقدار شدة الملامسة للمدفأة ، وبالمقابل ستكون عقوبة المخالف من حيث شدتها متوافقة مع مدى مخالفته لقواعد العمل .

56-Hotel Industry — **الصناعة الفندقية**

وصف كناية يشير إلى أهمية الخدمة الفندقية كأحد أهم عناصر الإقتصاد ، التي يمكن أن تحقق عائداً جيداً على الإستثمار فيها ، وكيف أنها لاتقل أهمية عن أهمية الصناعة . كما يشير إلى جميع منتجات المنشآت الصناعية والخدمية التي تقدمها من أجل دعم العمل الفندقي السياحي وتطويره وتحسينه لتحقيق أعلى عائد ممكن .

57-Hoteling Office — **المكتب الفندقي**

غرفة أو شقة توفرها الشركات التي لها فروع متعددة موزعة في عدة مناطق جغرافية من أجل إقامة موظفيها فيها عند سفرهم لأداء بعض المهمات ، حيث تزود هذه الشقة أو المكتب الفندقي بحاسوب آلي مربوط بشبكة الإنترنيت ويحتوي على برامج ومعلومات يحتاجونها لأداء مهمتهم أثناء سفرهم ، وكذلك كافة الأدوات والتسهيلات المكتبية التي تمكنهم من أداء عملهم عن بُعد . وتستخدم هذه المكاتب عادة من قبل الشركات التي تقدم خدماتها في مناطق جغرافية حول العالم وبشكل دائم ومستمر ، إذ لا يعقل أن ينقل المكلف بالمهمة مستلزمات عمله معه عند سفره وإقامته في الفنادق كل مرة .

58-Hour-Pay Rate System — نظام دفع الراتب أو الأجر على أساس ساعة العمل

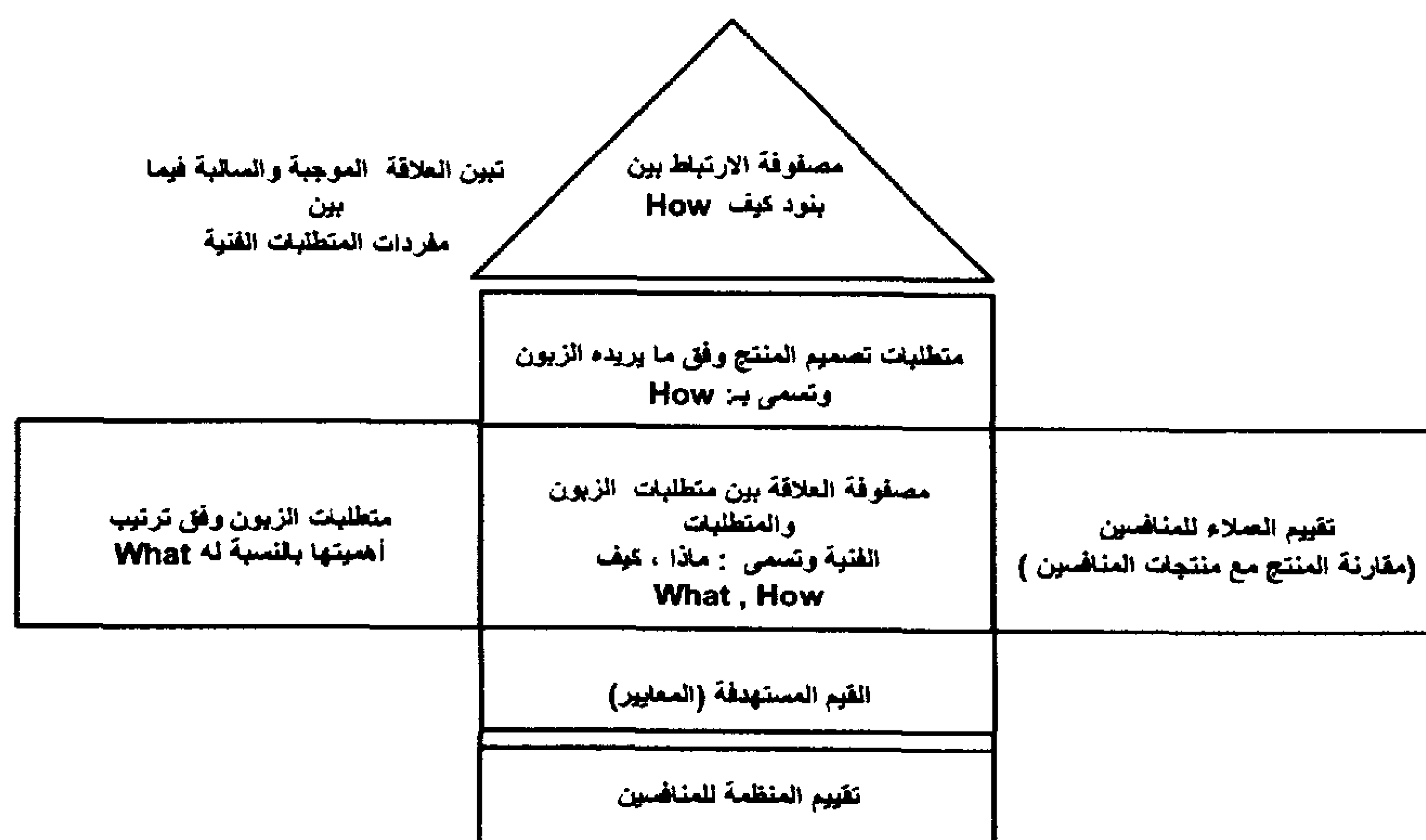
نظام من أجل حساب ما يستحقه العمال الصناعيون وعمال الخدمات من رواتب وأجور ، حيث يتم الحساب عن طريق تحديد أجر لساعة العمل الواحدة ، الذي يضرب بعدد الساعات التي إشتغلها العامل ، والناتج يمثل إستحقاقه من الراتب أو الأجر .

59-House of Quality Matrix — مصفوفة بيت الجودة

هو نوع من أنواع النماذج المفاهمية التي توفر الوسيلة المناسبة للتخطيط والإتصال في ما بين وظائف ونشاطات المنظمة ، بهدف تصميم منتج وفق ما يريده الزبون . وقد سمي بهذه التسمية (بيت الجودة) لأن رسم مكونات هذا النموذج قد تم على شكل بيت . ويشتمل مفهوم بيت الجودة على الجوانب التالية :

- التركيز على الزبون وتحديد دقيق وواضح لما يريده .
- جعل كافة العمليات متوجهة لتوفير ما يريده الزبون .
- صنع القرارات قائم على حقائق .
- إستثمار خبرات ومهارات المورد البشري وتوجيهها لخدمة الزبون .
- التركيز على التغذية العكسية كمعلومات مرتجعة تبين رأي الزبون وشكواه للتعامل معها .

ويمكن توضيح مصفوفات بيت الجودة ذات الترابط بالشكل التالي :



60-House Style **سمة الشركة**

هي رمز (شكل ، صورة ، حرف ... الخ) أو العلامة التي تصممها الشركة لنفسها لتميز نفسها عن الشركات الأخرى ، حيث تظهر أو توضع على وسائط نقلها ، وعلى مطبوعاتها ، وفي إعلاناتها وغير ذلك. فعندما تُشاهد هذه السمة ، على الفور يأتي في ذهن المشاهد الشركة صاحبة السمة، مثال على ذلك: شركة آديداس أو نايك للملابس الرياضية ✓ ، مرسيدس للسيارات ✇.

61-House- To- House Selling **البيع من منزل لمنزل**

هو أحد طرق البيع الشخصي المستخدمة في مجال المبيعات ، بموجبها يقوم رجل البيع عادة ومعه السلعة المراد بيعها (أوخدمة) بالطواف من مترل لآخر ليقابل المستهلك المحتمل فيها ويشرح له مزايا وفوائد السلعة ويغريه ويقنعه بشرائها . تستخدم هذه الطريقة (وهي إحدى طرق البيع المباشر) في بيع السلع الخفيفة كالعطور ، وأدوات الزينة وغيرها ، وشهادة تأمين على الحياة ، أو التأمين على السيارات . ويحتاج هذا البيع إلى توفرخبرة ومقدرة عالية لدى رجل البيع .

62-Household Borrower **المقترض الشخصي**

ويسميه بعضهم بالمقترض الفرد، الذي يتقدم بصفته الشخصية بطلب إلى المصرف للحصول على قرض منه .

63-Household Production **الإنتاج المنزلي**

إنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Home – Based Business

مشروع أعمال مترلي

64-Human -Basic Needs **حاجات الإنسان الأساسية**

هي التي تحدث عنها " أبرهام ماسلو Abraham Maslow " في نظريته عن تدرج الحاجات الإنسانية ، وتدعى بالحاجات الفسيولوجية كالمأكل ، والشراب ، والملجأ ، والجنس ، فإشباع هذه الحاجات يضمن للإنسان الحياة والبقاء .

65-Human Behavoir **السلوك الإنساني**

نشاط أو تصرف يصدر عن الإنسان ويستمر ، من أجل إشباع حاجة أو رغبة ذاتية لديه أو تفرضها عليه البيئة المحيطة به . وتتحدد معالم أو إتجاهات هذا السلوك من خلال النماذج والتفاعل بين مورثاته وتجاربه السابقة ، وإدراكه للمواقف ، وإتجاهاته ومعتقداته وآرائه . ولا بد أن يكون وراء كل سلوك إنساني سبب (حاجة) ، يشكل بدوره الدافع للسلوك .

66-Human Incentives — حوافز إنسانية

وسائل متاحة في البيئة يمكن إستخدامها كمحرضات للدافعية الإنسانية ، حيث يمكن من خلالها إحداث أو خلق حاجة لدى الإنسان ، هذه الحاجة تشكل دافعية لديه تدفعه لأن يسلك سلوكاً ممكناً بالنسبة لـه ، للحصول على الحافز وإشباع الحاجة . فعندما نقول للطفل لن تشاهد أفلام الرسوم المتحركة إلا بعد أن تنهي واجباتك المدرسية ، هنا الأفلام هي حافز تدفع الطفل لإنهاء واجباته للحصول على الحافز .

67-Human Motivation — الدافعية الإنسانية

هذا المصطلح مشتق بالأصل من الكلمة اللاتينية Mover وتعني التحرك To Move ، والدافعية هي بمثابة قوة داخلية تدفع الإنسان لأن يعمل ويتصرف للحصول على أشياء مادية ومعنوية يشبع بها حاجاته ، وبالتالي فهي محركات (دوافع) داخلية أو قوى كامنة داخلية غير مرئية يحس بها الإنسان ، وتدفعه للعمل والتصرف من أجل إشباع الحاجات ، لأن عدم الإشباع يحدث لديه توتر وعدم توازن داخلي . يتضح من ذلك أن الدافعية الإنسانية لا تتشكل إلا بوجود حاجة لدى الفرد غير مشبعة ، تلح عليه وتحثه للعمل والسلوك من أجل إشباعها .

68-Human Needs — الحاجات الإنسانية

الحاجة هي حالة من الشعور الداخلي بالحرمان ، أي شعور الإنسان بأن هناك شيء ما ينقصه أو يفتقر إليه ، فالحاجة تُحدث لدى من يُحس بها التوتر والقلق ، وعدم التوازن في حالة إستمرارية عدم إشباعها ، وبالتالي فهي تخلق وتفجر الدافعية الإنسانية ، وتشكل الدافع للعمل والسلوك والتصرف ، للحصول على هدف (شيء) من أجل إشباعها. والحاجة عند إشباعها تزول لفترة ثم تعاود الظهور لدى الإنسان بعد فترة من الزمن تختلف من شخص لآخر ومن حاجة لأخرى ، فالحاجات الفسيولوجية مثلاً يتكرر ظهورها خلال فترات زمنية متقاربة كالحاجة للطعام ، مع الإشارة إلى وجود حاجات إنسانية لاتشبع كالحاجة للمال والنفوذ والقوة .

69-Human Relation School — مدرسة العلاقات الإنسانية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Theory of Human Relation

نظرية العلاقات الإنسانية

70-Human Relations — العلاقات الإنسانية

إستراتيجية مدروسة تنتهجها المنظمات من أجل تحقيق التعامل الحسن والطيب مع العاملين فيها وإحترامهم . وتشتمل على مجموعة من الحوافز المالية والمادية والمعنوية والفكرية التي تشبع حاجات ورغبات العاملين ، بما يخلق لديهم الشعور بالإنتماء ومن ثم الولاء لها .

71-Human Resource Maintenance — صيانة المورد البشري

هي أحد نشاطات إدارة الموارد البشرية في المنشآت ، تأخذ شكل برامج فنية وإدارية تصمم من أجل حماية العاملين في مكان أعمالهم من حوادث وإصابات محتمل وقوعها لهم ، وكذلك حمايتهم من الأمراض الناشئة عن طبيعة عمل الوظيفة أو عمل المنظمة ذاته كالمناجم ، والحديد والصلب ...الخ . إذاً يهدف نشاط الصيانة هنا إلى توفير السلامة والصحة للعاملين في المنظمة أثناء مزاولتهم لأعمالهم فيها . ويراعى عند تصميم برامج الصيانة معايير فنية وقانونية تفرضها الحكومة .

72-Human Resources — الموارد البشرية

ويسميها بعضهم بالمورد البشري الذي يشمل جميع العاملين في المنظمة ، الذين تم توظيفهم فيها واستخدموا من أجل أداء وظائفها وأعمالها لتحقيق أهدافها ، ولقاء ذلك يتقاضون رواتب وأجور ومزايا إضافية .

73-Human Resources Demand — الطلب على الموارد البشرية

هو أحد العنصرين الذين يتكون منهما سوق العمل وهما العرض والطلب ، ويمثل حاجة المنظمات في منطقة جغرافية معينة من القوى العاملة من مختلف التخصصات والمهارات ، مع الإشارة إلى أن كل تخصص أو نوع من المهارة أو الخبرة له طلب خاص به في هذا السوق . والطلب على الموارد البشرية هو طلب مشتق بمعنى أن المنظمات لا تحتاج ولا توظف قوى عاملة لديها ، إلا في ضوء حاجة العمل فيها من أجل إنتاج رقم معين من السلع أو الخدمات وتحقيق عائد وربح متوقع . وتساعد دراسة الطلب على الموارد البشرية في سوق العمل على تحديد سياسة الإستقطاب التي سوف تنفذها المنظمات في جذب هذه الموارد من السوق للتوظف لديها .

74-Human Resources Development — تنمية الموارد البشري

مصطلح يحمل في طياته مسألة التعلم والتدريب المستمرين وهما أحد أنشطة إدارة الموارد البشرية في المنظمة ، اللذان يهدفان إلى تطوير وتحسين أداء العاملين فيها وتعليمهم مهارات وأشياء جديدة يحتاجها العمل . ويتكون هذا النشاط مما يلي :

1 -تحديد حاجة المنظمة للتعلم والتدريب من خلال المصادر التالية :

- حاجات الفرد من خلال نتائج تقييم أدائه التي توضح نقاط ضعفه للعمل على تلافيها ، ونقاط قوته للعمل على تقويتها .
- إحتياجات الوظيفة التي توضح المتطلبات التي يجب توفرها لدى شاغلها ليؤدي عمله بنجاح وكفاءة .

- إحتياجات إستراتيجية المنظمة المستقبلية وما تحتاجه من تعلم العاملين لمهارات وأشياء جديدة تنقصهم من أجل تنفيذها بنجاح .

2 -وضع برامج تعلم وتدريب لتغطية حاجات المنظمة من المهارات في الوقت الحاضر ومستقبلاً .

75-Human Resources Gaps — فجوات الموارد البشرية

مصطلح مستخدم في مجال تخطيط الموارد البشرية ويشير إلى الفرق الموجود بين ما تحتاجه المنظمة من قوى عاملة متنوعة من أجل تحقيق إستراتيجيتها المستقبلية وما هو متوفر لديها من هذه القوى . وبالتالي فالفجوة هنا تمثل النقص الموجود في الموارد البشرية الذي يتوجب توفيره . وتكون الفجوة عادة مركبة أي أنها تتكون من عدة فجوات مثل : نقص في المحاسبين ، نقص في المهندسين ، نقص في عمال الصيانة ... الخ.

76- Human Resources Information System (HRIS) — نظام معلومات الموارد البشرية

نظام آلي محوسب يشتمل على قاعدة منظمة ومتكاملة من البيانات والمعلومات التي تتعلق بذاتية جميع العاملين في المنظمة ، وتشتمل على : الأسماء ، العناوين ، العمر ، الجنس ، تاريخ التعيين ، تاريخ الإحالة على التقاعد ، التحصيل العلمي ، المهارات ، الخبرات ، الترقيات ، الراتب ، نتائج تقييم الأداء ، العقوبات التأديبية ...الخ . هذه المعلومات يوفرها هذا النظام لإدارة الموارد البشرية (أو لأية جهة أخرى في المنظمة) بسرعة فائقة ودقة وفي أي مكان . وتعتمد آلية النظام على إدخال البيانات المذكورة أعلاه ، ليتم معالجتها إلكترونياً وتحويلها إلى معلومات صالحة وجاهزة للإستخدام .

77- Human Resources in-House or it Should be Hired When Necessary — تعيين موارد بشرية دائمة أم إستئجارها عند الضرورة

سياسة تستخدمها المنظمات لتوفير حاجتها من الموارد البشرية للعمل ، وبشكل خاص بعض المهارات ذات الطابع الخاص . وفحوى هذه السياسة ما يلي : هل تعتمد المنظمة على تعيين قوى عاملة دائمة أم تقوم بإستئجارها من جهات متخصصة لديها حاجة المنظمة من هذه الموارد البشرية ؟ بالطبع القرار يعتمد على عوامل عدة منها مثلاً : في ما إذا كان العمل أو المهمة مستمرة أم عرضية ، تكلفة التوظيف أم الإستئجار أيهما أقل .

78-Human Resources Management — إدارة الموارد البشرية

إحدى إدارات المنظمة محور عملها إدارة شؤون العاملين الوظيفية فيها ، ولها مسميات قديمة متعددة أبرزها إدارة الأفراد ، وإدارة القوى العاملة . وتنحصر مهمتها في وضع إستراتيجية تشتمل على الأمور التالية بما يخدم إستراتيجية المنظمة وأهدافها :

- تحديد إحتياجات المنظمة من العاملين مستقبلاً والعمل على إستقطاهم وإنتقاء أفضلهم ، وتعينهم في الأعمال المناسبة لإمكاناهم ، وتأهيلهم ، وتدريبهم ، وتنميتهم .
- وضع أنظمة الحوافز ، والتأديب ، وتقييم الأداء ، وتعويضات العاملين .
- تصميم وتحليل الوظائف وتقييمها .
- تصميم برامج الصحة والسلامة المهنية في مكان العمل .

79-Human Resources Planning — تخطيط الموارد البشرية

هو التسمية الجديدة والدور الجديد لتخطيط القوى العاملة في المنظمة ، الذي يتم بموجبه تحديد حاجتها من الموارد البشرية نوعاً وكماً ، بما يلبي متطلبات تنفيذ إستراتيجيتها للأمد الطويل . وبالتالي يهدف هذا التخطيط إلى إحداث التوازن المستقبلي بين حجم أعمال المنظمة مع ما هو متوفر من القوى العاملة لديها ، بحيث لا يكون فيها فائضاً أو نقصاً في أي وقت من الأوقات .

80-Human Resources Selection Pool — وفرة المتقدمين لطلب التوظيف

يقصد بالوفرة هنا كثرة عدد المتقدمين لطلب التوظيف في المنظمة ، حيث تعد عاملاً مؤثراً في نجاح عملية إختيار حاجتها من الموارد البشرية وتعيينها فيها ، ذلك لأن الوفرة تتيح للمنظمة بدائل إختيار كثيرة ، تمكنها من المفاضلة بينها بشكل جيد وإختيار أنسبها .

81-Human Resources Selection Ratio — نسبة إختيار الموارد البشرية

تقاس هذه النسبة على النحو التالي:

$$\frac{\text{عدد الأفراد الذين تحتاجهم المنظمة للعمل والتوظيف لديها}}{\text{عدد الأفراد الذين جرى إستقطابهم وتقدموا للتوظيف في المنظمة}} \times 100$$

ويفيد حساب هذه النسبة في أنه كلما إزداد عدد المستقطبين على عدد الأفراد الذين تحتاجهم المنشأة كان ذلك أفضل ، لأن الوفرة تعطي عملية الإختيار بدائل أكثر للمفاضلة والإنتقاء ، ووضع معايير إنتقاء صعبة، تُمكن الحصول على قوى عاملة جيدة .

82-Human Resources Sources — مصادر الموارد البشرية

هي الجهات التي يتوفر فيها القوى العاملة القادرة والراغبة في التوظف والعمل ، التي يمكن للمنظمات أن تستقطب منها حاجتها من هذه القوى للعمل لديها وتلبية حاجتها منها . وتنقسم هذه المصادر إلى قسمين : الأول مصادر خارجية كالجامعات ، والمعاهد ، والمدارس على إختلاف أنواعها . والثاني داخلي أي أن المنظمة تلبي حاجتها من الموارد البشرية من داخلها ، إما عن طريق الترقية لوظائف إدارية أعلى ، أو إعادة توزيع القوة العاملة أفقياً بتحويل العمالة الفائضة لدى إدارة إلى إدارة أخرى لديها نقص .

83- Human Resources Welfare Program — برنامج رعاية (رفاهية) الموارد البشرية

برنامج يتضمن مجموعة من الحوافز المتنوعة تعده المنظمات من خلال إدارة المورد البشري فيها ، من أجل تحسين ظروف العمل ومناخه المادي والمعنوي للعاملين فيها ،كوسيلة لتحسين ظروف عملـــهم ومســـتوى معيشتهم والإهتمام بهم ورعايتهم .

84-Human Skill — المهارة الإنسانية

إحدى صفات القيادة الإدارية التي تمكن القائد من حسن التعامل والتأثير في سلوك الآخرين وبشكل خاص مرؤوسيه وكسب ثقتهم ومحبتهم ، ومراعاة العدالة والمساواة والموضوعية في التعامل معهم ، والقدرة على تحفيزهم معنوياً وحل مشاكلهم . ويسمي بعضهم هذه المهارة بفن التعامل مع الآخرين .

85-Humpty Dumpty Management School — مدرسة الإدارة الهامايونية

إتجاه فكري في مجال تنظيم العمل ينظر إلى الوحدات الإدارية داخل المنظمة على أنها أعمال رئيسة مكونة من أجزاء صغيرة تدعى بالمهام الفردية ، حيث يؤدي إنجاز هذه المهام وتجميعها مع بعضها إلى تحقيق (إنجاز) العمل . وتحتاج عملية تجميع هذه المهام الفردية أو الجزئية إلى مشرف (أو رئيس أو مـــدير) ومنســـق ، الذي يمكن تشبيه دوره الهام بالغراء الذي يضم ويلصق هذه الأجزاء مع بعضها لإنجاز العمل الكلي .

86- Human Wants — حاجات ورغبات إنسانية

عُرفت من قبل الكثيرين نورد في ما يلي عدداً من هذه التعاريف :

- الحاجة إلى شيء ما .
- يريد شيئاً ما .
- الشعور بنقص لشيء ما .
- تواق لشيء ما.
- يرغب في شيء ما .
- نقطة ضعف .

ولعل خير تعريف لمصطلح Want هو تعريف "فيليب كوتلر Philip Kotler " الذي وضح بـــأن هـــذا المصطلح يشتمل على حاجة ورغبة بآن واحد ، فعندما يشعر الإنسان بحاجة لشيء ما ، فإنه يترجم هـــذه الحاجة إلى رغبة (إرادة) في الحصول على هدف (شيء) لإشباع الحاجة ، وأتى بالمثال التالي :

- أنا جائع **Iam Hungry** (حاجة) .
- أنا أريد (أرغب) أن آكل **I Want Eat a** (رغبة) .

- همبورغر Hamburger (هدف) .
- أنا أطلب الهمبرغر I Demand a Hamburger .

87-Hybride Processes Approach مدخل العمليات المختلطة

أحد المداخل المستخدمة في مجال تصميم عملية إختيار الموارد البشرية من أجل التعيين في المنظمات أو لأداء مهمة معينة . بموجبه تصمم عملية الإختيار بشكل تشتمل على قسمين . القسم الأول يحتوي على عدد من الإختبارات لاكتشاف مدى توفر صفات أو خصائص أساسية لا غنى عنها للتوظيف ، وفقدان إحداها لدى المرشح للتعيين يجعله يُستبعد من الإختيار . وعليه فتوفر جميع الخصائص لدى المرشح (التي يكتشف وجودها مجموعة من الإختبارات) ، هو بمثابة تصريح لدخوله في إختبارات القسم الثاني ، التي تسعى إلى إكتشاف مدى توفر نوع آخر من الخصائص لكنها ليست كما هو الحال في خصائص القسم الأول ، حيث يحدد عادة عدد من النقاط يتوجب على المرشح أن يحققها في إختبارات القسم الثاني ، فعند تحقيقها معنى ذلك أن المرشح صالح للتعيين وهذا يعني أنه إجتاز إختبارات القسم الأول والقسم الثاني .

88-Hybrid of Centralization and Decentralization الجمع بين المركزية واللامركزية

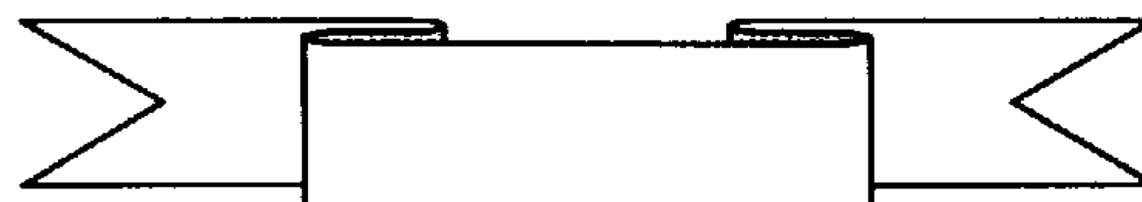
يمثل هذا الجمع أحد خصائص الإدارة الرقمية ، حيث تُمكن الإدارات المختلفة في المنظمة من العمل بشكل لا مركزي ومستقل ، وفي الوقت نفسه ، يمكن المنظمة ككل من الإستفادة من مزايا المركزية ، وذلك عن طريق ربط جميع إداراتها بشبكة إتصالات ومعلومات واحدة مركزية ، يمكن لأي منها الإتصال بالأخرى من خلال هذه الشبكة وأن تحصل على ما تريده من معلومات منها .

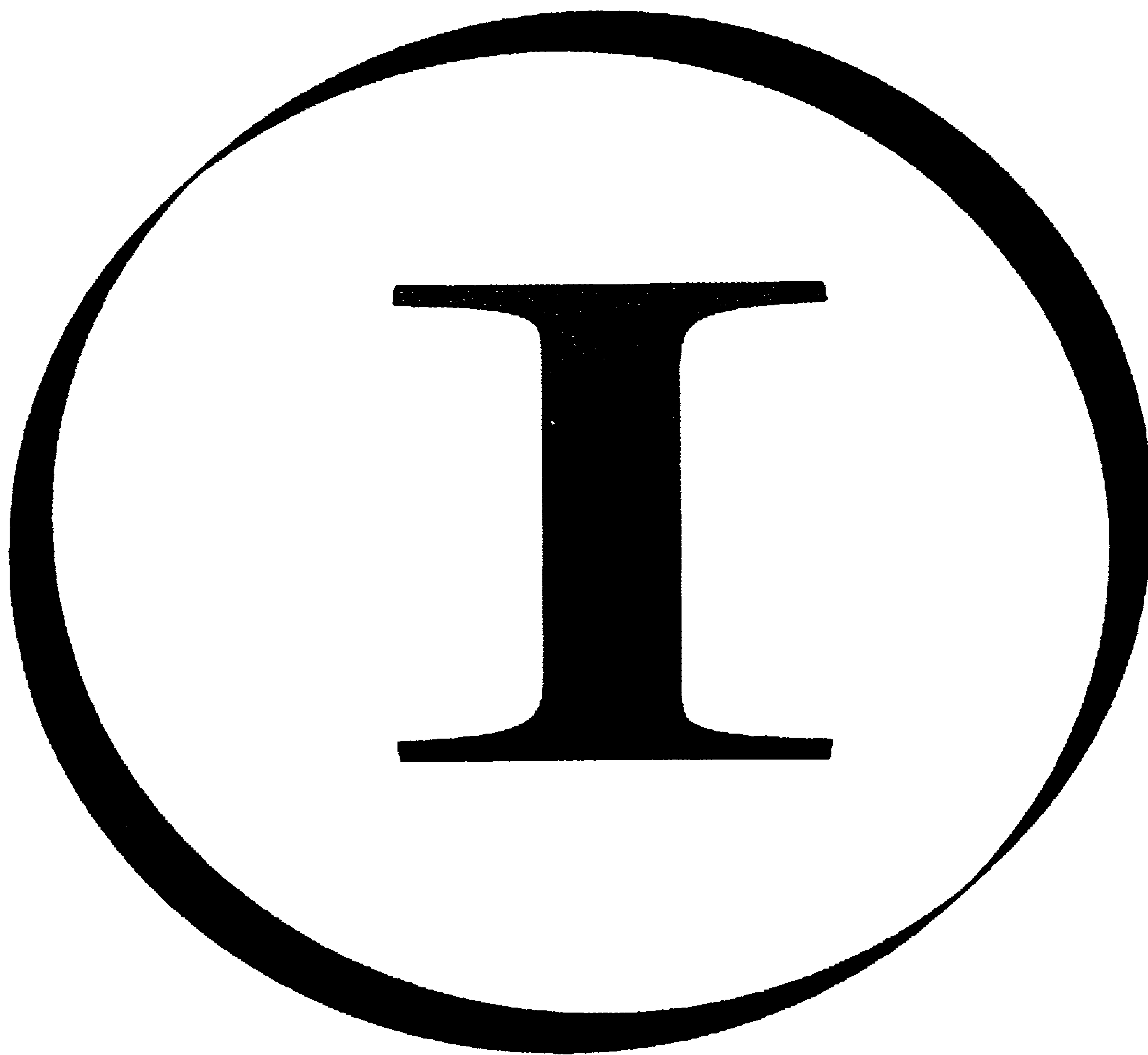
89-Hyper Competition المنافسة الفائقة

يقصد بها المنافسة الشديدة ذات النطاق العالمي الواسع ، فمنظمات اليوم ونتيجة تحرير التجارة العالمية وإتفاقات التجارة الحرة البينية بين الدول ، جعلت المنافسة محلية وعالمية .

90-Hypothesis فرضية

تمثل الفرضية علاقة أو علاقات بين ظاهرتين أو أكثر (أحياناً) لم يثبت صحتها ، وهي قابلة للإختبار ، ولايجوز بالتالي أن تكون الفرضية من المسلمات ، بل يجب أن تكون قابلة للجدل .





1-Ideal Self **التصور الذاتي المثالي**

يقصد به تصور الإنسان الشخصي لما يجب أن يكون عليه سلوكه ومظهره ومن وجهة نظره الخاصة مع الآخرين وفي البيئة الإجتماعية التي يعمل ويعيش فيها .

2-Ideas Champions **رواد الأفكار**

يستخدم هذا المصطلح تحديداً في مجال إدارة الإبتكار ، ويشير معناه إلى ما يلي: كل فرد يعمل داخل المنظمة وبغض النظر عن مستواه ومجال وظيفته وعمله ويحمل فكرة جديدة (أو أكثر) ذات نفع للعمل وللمجتمع فهو من رواد الأفكار ويسميه بعضهم بالمبتكر.

3-Ideas Elicitation **إستخراج(إستنباط) الأفكار**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Brain Storming

العصف الذهني

4-Ideas Museum **متحف الأفكار**

وسيلة مساعدة تستخدم في مجال التفكير الإبداعي ، بموجبها يحتفظ الفرد في مكتبه بكتب ، ومراجع ، ونشرات علمية ، وأدلة وأدوات ومعدات (حاسوب مثلاً) التي يمكن أن يقرأها ويستخدمها ، حينما يقوم بالتفكير والبحث عن الأفكار الجديدة .

5-Image of Organization **صورة المنظمة**

هي الإنطباع العام (سلبي أو إيجابي) الذي يكونه ويحفظه العاملون في أذهانهم عن المنظمة التي يعملون فيها نتيجة ممارساتها معهم (حوافز ، نمط القيادة والإشراف الإداري ...الخ) . وكذلك إنطباع الجمهور الخارجي المتعامل معها ، والمجتمع الذي تمارس نشاطها فيه (الزبائن ، الموردون، الحكومة...الخ) ، وتتشكل هذه الصورة (التي إما أن تكون إيجابية أو سلبية أيضاً) من خلال تعاملهم معها .

6-Imaginary Economy **الإقتصاد التخيلي**

مصطلح إقتصادي ظهر في الآونة الأخيرة وهوصفة تتصف بها إقتصادات البلدان النامية مفاده: هو نظام إقتصادي يتواجد فقط في عقول حكومات هذه البلدان وليس له وجود على أرض الواقع . فغالبية البلدان النامية ترسم صوراً خيالية عن إقتصاداتها ، وتخلق فعاليات وأنظمة تنموية لا تمت بصلة إلى واقعها . إضافة إلى إتخاذ حكومات هذه البلدان لقرارات إقتصادية لا تتوافق مع النظريات الإقتصادية .

7-Impersonal Selling **البيع غير الشخصي**

هو الذي يتم البيع فيه عن طريق وسائل الإعلان ووسائل الترويج الأخرى ويسمى بالبيع غير المباشـــر ، أي لا يوجد إتصال مباشر بين البائع والمشتري .

8-Implicit Policy **سياسة ضمنية**

هي سياسة غير مكتوبة لا يُنص عليها في وثائق المنظمة ، ولكن تكون قد درجت على إتباعها وصــارت تقليداً جارياً فيها . وتنشأ هذه السياسة غالباً على إثر موقف أو مواقف سبق أن واجهتها المنظمة وعالجتها بأسلوب معين ، ثم تكررت هذه المواقف وتكرر هذا الأسلوب بسبب نجاحه ، إلى أن صار بمثابــة تقليــد راسخ أي سياسة ضمنية .

9-Impulse Goods **السلع التي تُشترى عندما يراها المستهلك**

هي إحدى أنواع السلع الميسرة (أو الإستقراب) التي يشتريها المستهلك بمجرد رؤيته لها ، ودون ســابق تخطيط لشرائها ، حيث يتذكر عندما يراها أنه بحاجة إليها، وبذلك فإن دافع أو رغبة شرائها تثار بمجــرد رؤية المستهلك لها ، مثل : معجون الحلاقة والأسنان ، وبعض أنواع الأغذية . لذلك يتوجب على البــائع أن يعرضها في مكان ظاهر داخل متجره ليراها المستهلك أثناء شرائه للسلع الأخرى التي ســبق لــه وأن خطط لشرائها .

10-Inactive Account **حساب مصرفي غير نشط**

ويسميه بعضهم بالحساب غير المتحرك ، وهو الذي لا تحدث عليه عمليات إيداع أو سحب لفترة طويلة نسبياً من الزمن من قبل صاحب الحساب .

11-Incentive **الحافز**

هو محرض خارجي بيئي (مكافأة ، علاوة ، ثناء ، ...الخ) أو وسيلة أو فرصة ، تــوفره المنظمــة أمــام العاملين لديها ، لتثير به أو من خلاله دافعية الإنسان من أجل السعي للحصول عليه ، وإشــباع حاجــة يشعر بها ، وذلك عن طريق أداء أو سلوك مرغوب فيه من قبلها . وتصنف الحوافز في الفئــات التاليــة : حوافز مادية ، ومعنوية ، وفكرية . إذاً فالحافز يمكن إعتباره موجهاً للأداء والسلوك وفق ما هو مرغــوب فيه .

12-Incentive Wages **الأجور التشجيعية**

سميت هذه الأجور بهذه التسمية لأنها مرتبطة بحجم الإنتاج ، أي أن حصول العامل عليها مرتبط بأدائه الفعلي الحالي في عمله وبشكل مباشر ، وبالتالي يرتفع أجره وينخفض مع إرتفاع وإنخفاض إنتاجه ، لذلك فمن مصلحة العامل أن يزيد جهده وإنتاجه ليحصل على أجر أعلى ، وفي الحصيلة شجع هذا الأمر العامل على بذل المزيد من الجهد لمصلحته . وتدفع الأجور التشجيعية إما على أساس الجهد الفردي ويسمى

الأجر في هذه الحالة بالأجر التشجيعي الفردي ، أوعلى أساس الجهد الجماعي ، ويسمى بالأجر التشجيعي الجماعي .

13-Incom Bonds **سندات الدخل**

هي السندات التي لا يُدفع لحاملها فائدة ، بل يدفع له الربح الذي تحقق من جراء إستثمار قيمة سنداته ، وبالتالي فعندما لا يتحقق ربحاً ، هذا يعني أنه لا يحصل على أي عائد مالي عن سنداته .

14-Incoming Material Control **الرقابة على المواد قبل دخولها في التصنيع**

يسميها بعضهم بالرقابة القبلية ، وهدفها فحص المواد للتأكد من سلامتها وجودتها ومدى مطابقتها لمواصفات ومتطلبات التصنيع ، حيث لا يتم إدخالها لعمليات التشغيل إذا كان فيها إنحرافات تؤثر في جودة السلعة المنتجة .

15-Increment **العلاوة (الزيادة) الدورية على الراتب**

مبلغ نقدي يدفع لكل فرد يعمل في المنظمة (العاملون الدائمون فقط) كل فترة زمنية محددة زيادة على راتبه أو أجره ، وبالتالي تعتبر العلاوة جزءاً من التعويض المباشر الذي يتقاضاه العاملون لقاء جهودهم التي يقدمونها للمنظمة التي يعملون فيها . والعلاوة بعد منحها للفرد تصبح حقاً مكتسباً لا يجوز سحبها منه حتى إذا إنخفض مستوى أداؤه ، وتصبح جزءاً من راتبه .

16-Indemnity Service **تعويض إنهاء الخدمة**

مبلغ من المال تدفعه المنظمات للعاملين لديها ممن تستغني عن خدمتهم فيها كتعويض عن الضرر الذي لحق بهم جراء الإستغناء عنهم . وهذا المبلغ إما أن يُدفع لهم بشكل طوعي إختياري من قبلها ، أو تفرضه عليها قوانين العمل والخدمة كما هو الحال في العديد من دول العالم .

17-Independent Demand of Manufacturing Requirements **الطلب المستقل على المستلزمات الصناعية**

يمثل هذا الطلب حاجة المنظمة وعملها الإنتاجي من المستلزمات المكملة التي لا تدخل في التركيبة الفنية لتصنيع المنتج ولا تعتبر أساسية فيه ، وبالتالي فتحديد كمية الحاجة منها لا يرتبط بحجم الإنتاج بشكل مباشر بل بشكل غير مباشر ، ومثال على ذلك مستلزمات الصيانة المختلفة والقرطاسية وغيرها. من هنا نجد أن هذه المستلزمات تمثل طلباً مستقلاً أي لا علاقة له بحجم الإنتاج بشكل مباشر .

18-Independent Personality **الشخصية المستقلة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Detached Personality

19-Independent Stores المتاجر المستقلة

تأخذ هذه المتاجر في الغالب شكل المشروعات التجارية الفردية ، وهي متاجر متخصصة عادة تبيع نوع معين من السلع كالأقمشة ، الأدوات المترلية ، الأحذية وغيرها ، وحجمها في الغالب يكون صغيراً.

20-Independent Variable المتغير المستقل

لكل متغير بيئي حركة التي إما أن تكون باتجاه صاعد ، أو هابط ، أو مستقر، ويتصف المتغير المستقل بأن حركته لا تتأثر بحركة متغير آخر. ويمكن توضيح مفهوم المتغير المستقل من خلال العلاقة التي تربط بين متغير حجم المبيعات مع متغير آخر هو الدخل كمثال . فالأول هو متغير تابع للمتغير الثاني المستقل. فارتفاع الدخل سيؤدي إلى زيادة الطلب على السلع ، الذي سيؤدي إلى إرتفاع حجم المبيعات لدى المنشآت الإقتصادية . وتجدر الإشارة إلى أن متغير زيادة الدخل المستقل ، هو متغير تابع في علاقته مع متغير مستقل آخر وهو النمو الإقتصادي ، فعندما يزداد معدل النمو يزداد معه مستوى الدخل الفردي . إذاً تتحدد طبيعة المتغير إذا كان مستقلاً أو تابعاً في ضوء علاقته مع المتغيرات البيئية الأخرى ، وهذا يعني أن المتغير البيئي قد يكون وفي الوقت نفسه مستقلاً وتابعاً .

21-Indexing الفهرسة

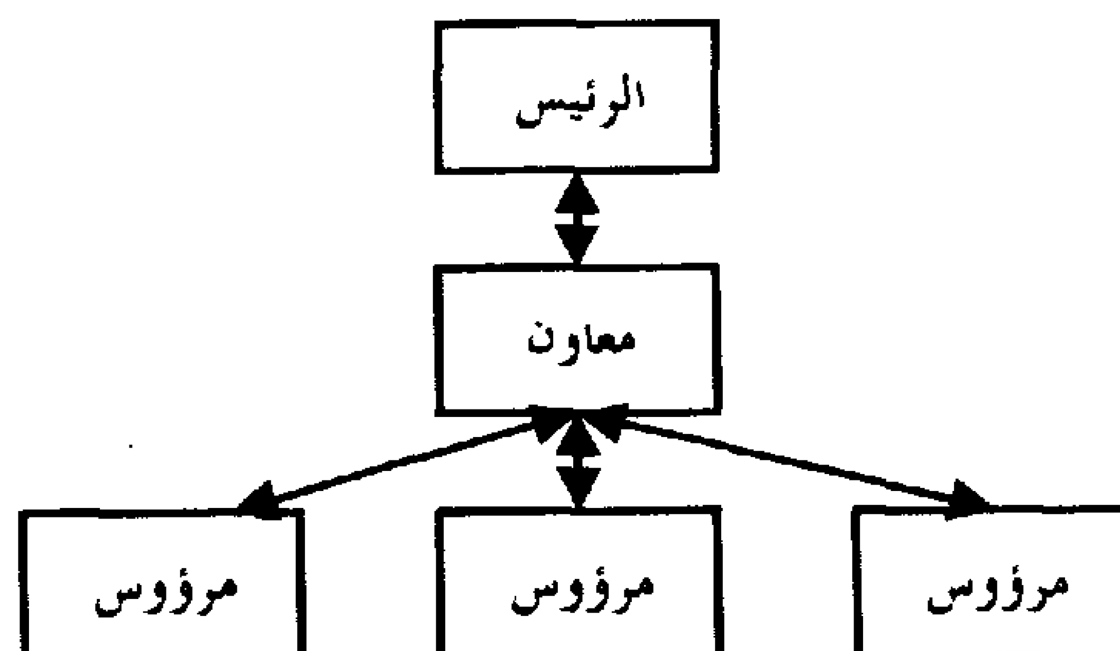
مصطلح شائع إستخدامه في مجال السكرتارية والمحفوظات ، ويشير إلى الطريقة التي تُستخدم في ترتيب الملفات للتعرف على موضوعاتها وأماكن حفظها .

22-Indicator of Consumer Prices مؤشر أسعار المستهلك

هو أحد المؤشرات أو المقاييس التي تستخدم في مجال قياس التضخم الإقتصادي ، حيث يتم بناء هذا المؤشر من خلال ملاحظة تغير أسعار عدد كبير من السلع الإستهلاكية ، الذي يؤلف مجموع أسعار هذه السلع سلة أسعار ، حيث يتوجب قياس التغير النسبي في وسطي سعر السلة ، مع ملاحظة الوزن النسبي لسعر كل سلعة التي تشكلت منها سلة السلع وأسعارها .

23-Indirect Communication إتصال غير مباشر

إتصال رسمي يتم بين الرئيس ومرؤوسيه ليس مباشرة بل من خلال حلقة إتصال أوأكثر، أي لا يمكنهم الإتصال به إلا من خلال هذه الحلقة كما هو موضح في الشكل التالي :



24-Indirect Distribution **التوزيع غير المباشر**

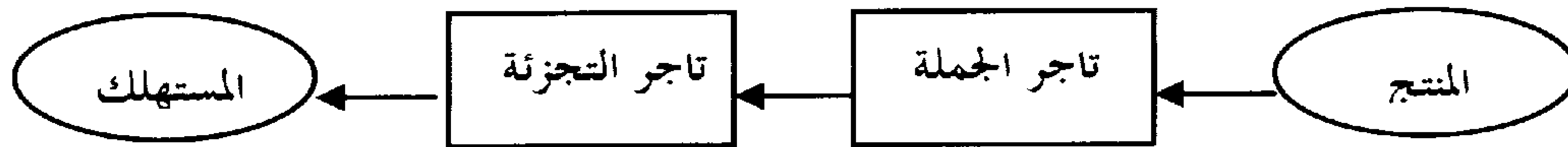
إنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Indirect Distribution Channel

قناة توزيع غير مباشر

25-Indirect Distribution Channel **قناة توزيع غير مباشر**

قناة التوزيع أو التسويق كما يسميها بعضهم ، هي المسار الذي يمر فيه المنتوج في رحلته من المنتج إلى المستهلك النهائي ، وقناة التوزيع غير المباشر هي التي يكون بينهما أطرافاً وسيطة كتجار الجملة ، وتجار التجزئة ، كما هو موضح في الشكل التالي :



26-Indirect Exporting **تصدير غير مباشر**

قيام منتجو السلع ببيع منتجاتهم خارج حدود الدولة لدولة أخرى (أو أكثر) لكن ليس عن طريقهم مباشرة أي أنهم لا يقومون بتصديرها بأنفسهم ، بل يصدروها عن طريق شركات ومكاتب تصدير متخصصة ، ولقاء رسوم أتعاب مالية محددة .

27-Indirect Financial Compensation **تعويض مالي غير مباشر**

عوائد مالية عينية على شكل مزايا وظيفية إضافية على الرواتب والأجور تقدمها المنظمات لجميع العاملين فيها دون إستثناء بغض النظر عن مستوى أدائهم ، فقط لكونهم يعملون فيها . وتتكون هذه المزايا من قسمين : الأول مفروض بموجب قوانين العمل أي أنه إجباري أو إلزامي (ضمان إجتماعي ، تأمين صحي) والثاني طوعي إختياري تقدمه المنظمات كحوافز للعاملين لديها (نادي إجتماعي ، حضانة ، منح تعليمية ... الخ) .

28-Indirect Interview **مقابلة غير مباشرة**

لقاء يحدث بين طرفين للحصول على معلومات ، أو تبادل آراء ، أو مناقشة موضوع ..الخ ، لكن ليس وجهاً لوجه مباشرة ، بل على شبكة الإنترنيت وكاميرات مرئية لدى الطرفين ، الذين تجري المقابلة بينهما، حيث يكون أمام كل طرف كاميرا ، بحيث تسمح لهما برؤية بعضهما وأن يتحدثا مع بعض .

29-Indirect Management **الإدارة غير المباشرة**

عندما يكبر حجم أعمال مشروع صغير ويتزايد عدد العاملين فيه ، أو عندما يكبر عدد العاملين في وحدة إدارية في المنظمة ويتسع فيهما نطاق الإدارة والإشراف ، يكون صعباً أن يباشر مالك المشروع أو مدير الوحدة الإدارية إدارة المشروع أو الوحدة الإدارية والإشراف على العاملين فيهما بشكل مباشر ، فلا بد من أن يفوضا جزءاً من سلطتهما إلى مدير (أو رئيس) أو أكثر لمساعدهما في الإدارة والإشراف على العاملين ، ويكتفيان هما بالإشراف عليهم بشكل مباشر وعلى العاملين بشكل غير مباشر أي من خلالهما ، هذا النمط يدعى بالإدارة غير المباشرة التي تتوقف إذاً على :

- كبر حجم العمل وتزايد عدد العاملين .
- تفويض السلطة .

30-Indirect Materials مواد غير مباشرة

هي المواد التي لا تستخدم في عملية إنتاج أو تصنيع السلعة ، أي أنها لا تشكل جزءاً من تركيبها أو مكوناها ، بل تساعد على إنتاجها .

31-Individual Compensation التعويض الفردي

هو الذي يُدفع للعامل أو الموظف كوحدة عمل مستقلة بذاها ، أي أن الدفع يكون على أساس الجهد والسلوك والإلتزام الشخصي في أداء ما هو مطلوب من الفرد ، ووفق معايير محددة بشكل مسبق وخاصة به كوحدة عمل مستقلة .

32-Individual Incentives حوافز فردية

مكافآت مالية تدفع للموظف أو العامل كوحدة عمل مستقلة لقاء زيارة إنتاجيته في عمله الذي يؤديه ، وهذا يعني أن دفع هذه الحوافز مرتبط بمستوى الجهد الفردي والإنتاجية الفردية ولا علاقة لها بإنتاجية أو جهد جماعة العمل .

33-Individual Income Tax Base الوعاء الضريبي على أساس دخل الفرد

هو أحد أسس فرض الضريبة ، حيث تحدد على أساس حجم الدخل الذي يحققه الفرد سواء عن طريق راتبه ، أو أي عمل آخر.

34-Individual-Informal Group Relationship علاقة الفرد بالجماعة غير الرسمية

يشير معنى هذا المصطلح إلى أن الفرد داخل المنظمة أو المنشأة ينتمي عادة إلى جماعة عمل غير رسمية (تنظيم غير رسمي) بسبب الصداقة ،أو المصلحة الشخصية، أو الإهتمامات المشتركة وغيرها من الأسباب . فبمجرد إنتماء الفرد للجماعة هذه وأصبح عضواً فيها ، إذاً ستحدث عملية تفاعل بينهما وهي : أنه يؤثر ويتأثر بسلوكها وعاداها وقيمها .

35-Individual Pay — **الراتب (الأجر) الفردي**

مبلغ نقدي من المال تدفعه المنظمة للعاملين لديها لقاء ما يقدمونه لها من مساهمات (جهد ، وقت ، مؤهلات ، مهارات ... الخ) ويسمى بالراتب أو الأجر الأساسي .

36-Individual Training — **التدريب الفردي**

هو ذلك التدريب الذي يعتبر المتدرب وحدة مستقلة في العملية التدريبية ، بمعنى أن تدريبه يتم بمعزلٍ عن باقي المتدربين . وهذا التدريب يتم غالباً في مكان العمل أي أثناء تنفيذه ، ويكون المدرب عادة إما المشرف المباشر أو مدرب متخصص .

37-Individual's Differences — **الفروقات الفردية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Individualism

38-Individual's Performance Self-Appraisal — **تقييم الفرد (العامل / الموظف) لأدائه ذاتياً**

أحد الأساليب المستخدمة في تقييم أداء العاملين ، حيث يطلب من الفرد أن يقيم أداءه وسلوكه الشخصي في العمل ، مستخدماً معايير محددة يزود بها ليتقيد بها في التقييم ، فيقوم بمقارنة أدائه وإنجازاته الفعلية مع هذه المعايير ليحدد مستوى كفاءته . وتستخدم نتائج تقييم الأداء ذاتياً من أجل تحديد إحتياجات العاملين التدريبية ، لأن الشخص ذاته هو أدرى من أي شخص آخر بنقاط الضعف في أدائه .

39-Individualism — **الفردية**

يقصد بمصطلح الفردية الفروقات الموجودة بين الخصائص التي يمتلكها العاملين في المنظمة ، والتي تسمى بالفروقات الفردية ، أو الفروقات الفردية في الخصائص الإنسانية . ومن هذه الخصائص : الذكاء ، الأمانة التعليم ، الخصائص الفسيولوجية . فعلى الرغم من أن هذه الخصائص هي واحدة لدى بني البشر ، إلا أن درجة توفرها تختلف من إنسان لآخر ، هذه المسألة تؤخذ في الإعتبار عند إعداد برامج التدريب ، والتعيين ... الخ) .

40-Induction — **الإستقراء**

دراسة وتحليل جزيئات قضية ما (موضوع ، مسألة ، موقف ...الخ) ، للتوصل إلى نتيجة محددة أو حكم كلي ، وهذا يعني الإنتقال من الجزء للكل .

41-Industrial Bank — **المصرف الصناعي**

هو أحد المصارف المتخصصة الذي ينحصر نشاطه في تمويل المشروعات الصناعية ، إلى جانب تقديم المعلومات اللازمة والخبرة والمشورة في ما يخص هذه المشروعات المختلفة ، وتعتبر المصارف الصناعية إحدى دعائم تنمية القطاع الصناعي .

42-Industrial Espionage الجاسوسية الصناعية

هي إقدام بعض المنشآت الصناعية على إستئجار أشخاص محترفين من أجل التجسس على شركات أخرى ، للحصول على معلومات تتعلق بسر معادلات الإنتاج والتصاميم الهندسية لمنتجاتها ، أو الدخول إلى أنظمة معلوماتها السرية للإطلاع على نشاطاتها ، وأسماء زبائنها ، ومخططات تسويقها وترويج منتجاتها ، وإستراتيجيتها المستقبلية . بالطبع هذا العمل يتنافى مع أخلاقيات الأعمال .

43-Industrial Goods سلع صناعية

سلع تشترى ليس بهدف الإستهلاك النهائي كالسلع الإستهلاكية ، بل الغرض من شرائها وإستخدامها هو إنتاج سلع أخرى أو تقديم خدمات ، مثل الآلات ، والمعدات ، والمواد الأولية .

44-Industrial Gross Margin معدل ربح الصناعة

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف:

Industrial Markup

45-Industrial Management الإدارة الصناعية

عملية مكونة من عدة عناصر أو مكونات ترتكز على جانبين في الإنتاج وهما : دراسة العمل ودراسة الوسيلة ، وبالتالي فهي تعمل على :

- تخفيض الجهود الإنسانية في العمليات الإنتاجية وإستبدالها بعمليات آلية نموذجية .
- العمل على إستخدام وسائل وتقنيات متطورة لتخفيض تكلفة الإنتاج .
- تصميم المنتج وترجمة فكرته إلى عمليات تصنيع .
- تحديد سير العملية الإنتاجية وتمويلها بالمواد .
- تحديد سبل ووسائل مناولة المواد .
- المساهمة في وضع برامج الصحة والسلامة المهنية لعمال الإنتاج في مكان العمل .
- وضع جداول الإنتاج .
- الرقابة على الإنتاج .

46-Industrial Market سوق صناعي

هو السوق الذي تباع فيه السلع والمنتجات الصناعية وبشكل خاص الغالية الثمن ، حيث يتم البيع فيه عادة من قبل الشركات المصنعة مباشرة للمستخدم الصناعي .

47-Industrial Purchasing **الشراء الصناعي**

هو أحد أنواع الشراء ويهدف أو يتم من أجل تلبية متطلبات عمليات التصنيع في المنشآت الصناعية ، بهدف إنتاج سلعة تلبي حاجة فئة من المستهلكين في السوق ، وتكون كميات الشراء عادة كبيرة في ما يخص المواد الأولية والخام .

48-Industrial Relations **العلاقات الصناعية**

يشير معنى هذا المصطلح إلى عمليات الإتصال والتفاوض التي تتم بين ممثلي أصحاب الأعمال وممثلي العمال بشأن الوصول إلى إتفاقات حول قضايا العمل والتوظيف ، كالأجور ، والتأمين الصحي ، والمزايا الوظيفية الإضافية وغيرها .

49-Industrial Revolution **الثورة الصناعية**

هي تحول الصناعة من الحرف أو الحرفة التي تعمل على إنتاج سلعة متخصصة بعدد عمال قليل ، وصاحبها أو مالكها هو الأسطى أو المعلم ، الذي يديرها ويعمل لديه عدد قليل من العمال ويُستخدم فيها عُدد وأدوات بسيطة وإنتاجها محدود ، إلى مصنع كبير فيه عشرات العمال والآلات والمشرفين وإدارة ، وينتج كمية وفيرة من السلعة . وقد جاء هذا التحول بسبب إختراع الآلة البخارية في منتصف القرن الثامن عشر.

50-Industrial Security **الأمن الصناعي**

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف مع الإشارة إلى أن هذا المصطلح هو التسمية القديمة للمصطلح المرادف:

Health and Safety at Workplace
الصحة والسلامة في مكان العمل

51-Industrial Stores **مخازن صناعية**

وتسمى بالمحطة البيعية وتقيمها الشركات الصناعية التي تنتج الآلات والعدد وذلك بجانب مصانعها ، لتعرض فيها نماذج حية عن منتجاتها ، حيث يكون بإمكان المشتري مشاهدتها عينياً وفحصها وتجريبها قبل شرائها .

52-Industrial Union **نقابة صناعية**

نقابة متخصصة تضم عمالاً ينتمون لصناعة معينة كنقابة الغزل ، ونقابة عمال الحديد والصلب وغيرها ،

حيث لا يشترط على العامل الذي يريد الإنتساب لهذه النقابات أن يمتلك مهارة معينة ، بل يكفي أن يكون منتمياً في عمله للصناعة التي تمثلها النقابة . فأحد عمال الحديد والصلب لا يجوز إنتسابه لنقابة عمال الغزل مثلاً .

53-Industrial User **المُستخدم الصناعي**

يمثل منشأة صناعية تقوم بشراء مواد (أو أجزاء) مصنعة على شكل سلع أو آلات ، من أجل إستخدامها في إنتاج سلعة جديدة مختلفة عن شكلها السابق ، وبالتالي فالمستخدمون الصناعيون يشكلون سوقاً صناعية.

54-Industrial Welfar **الرفاهية الصناعية**

توجه ظهر وساد الصناعة الأمريكية والبريطانية بعد الحرب العالمية الأولى والثانية ، حيث كان الـــدرس المستفاد من هاتين الحربين ، أن إنتاجية العامل في المصنع مرتبطة بمدى توفير الظروف المناخية المناســبة لـــه في مكان عمله مثل التهوية ، الإضاءة ... الخ ، وكذلك الرعاية الصحية والإجتماعية .

55-Industry Bluring **دمج الصناعة**

عملية يتم من خلالها الجمع بين منتجين صناعيين مختلفين أو أكثر في عملية صناعية جديدة ، لخلق وإنتاج منتج صناعي جديد .

56- Industry Cluster **عنقود صناعي**

مركز إستشاري صناعي تحدثه عدد من المشاريع الصناعية الصغيرة التي تنتمي لصناعة واحدة وهي ذات إستقلالية ، حيث تقوم بتمويله مالياً وتدعمه بالخبرات الفنية ، ليقدم للمشاريع المنتسبة إليه خدمات متنوعة في مجال التسويق ، والمال ، والهندسة وغيرها ، لمواجهة تحديات البيئة ومنافسة المشاريع الأكبر . وهذا المركز الذي هو على شكل تجمع صناعي له إسم خاص به غير مرتبط باسم أحد المشاريع المنتسبة إليه . ويحصل العنقود في بعض الدول على مساعدات مالية وفنية من الحكومة ومن غرفة الصناعة كدعم منها لتنمية وتطوير المشاريع الصغيرة . إذاً يمكن القول بأن العنقود الصناعي هو فلسفة جديدة للتعاون والتفاعل بين المشاريع الصناعية الصغيرة التي تنتمي لصناعة واحدة .

57-Industry Environment Structure **هيكل بيئة الصناعة**

يمثل هذا الهيكل مجموع العناصر والمتغيرات التي يؤثر مجموعها في نشاط المنشآت التي تنتمي لصناعة معينة ،كصناعة السيارات ، الطائرات ،النسيج..الخ، ومن هذه المتغيرات على سبيل المثال : مستوى العرض والطلب في سوق الصناعة ، مرونة الطلب في سوقها ، نوع التكنولوجيا المستخدمة في الصناعة ومستواها ، عدد المنتجين فيها ...الخ .

58-Industry Markup **ربح الصناعة**

هو نسبة الربح المتعارف عليها أو المعروفة في صناعة معينة ، كأن نقول مثلاً أن معدل الربح في صناعة السيارات في البلد الفلاني هو 15% من تكلفة المنتج .

59-Industry Observatory **مرصد صناعي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Industry Cluster

عنقود صناعي

60-Inelastic Demand **الطلب غير المرن**

هو الذي لا يتأثر بالإرتفاع أو الإنخفاض بسبب التغير في السعر . فعلى سبيل المثال إرتفاع سعر ملح الطعام (كمادة إستهلاكية) أو إنخفاضه لن يتأثر الطلب عليه كثيراً ، بإعتبار أن سعره ضئيل ولا غنى عن إستخدامه من جميع المستهلكين .

61-Inflated Price **السعر المتضخم**

هو السعر الذي يتم تحديده في الموازنة التقديرية ، ويحتوي على جزء أو نسبة إضافة عليه ، لمقابلة إحتمال إرتفاع الأسعار في الفترة الزمنية التي تغطيها الموازنة .

62-Inflation Exporting **تصدير التضخم**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى نقل إرتفاع أسعار السلع والخدمات من بلد لآخر أو من إقتصاد إلى إقتصاد ثاني . ويحدث ذلك في حالة وجود علاقة وإرتباط قوي بين إقتصاد البلد المستورد ، وإقتصاد البلد المصدر للسلع والخدمات ذات الأسعار المرتفعة (المتضخمة) . فارتفاع أسعار السلع والمواد في اليابان ، سينعكس أثره حتماً على الأسعار في الدول المستوردة لسلعها كدول الخليج العربي مثلاً .

63-Informal Communication **الإتصال غير الرسمي**

هو الذي يحدث بين أعضاء التنظيم غير الرسمي داخل المنظمة ، دون التقيد بالجانب الرسمي أو المستوى الإداري وخط السلطة . ويحدث هذا الإتصال في كافة الإتجاهات عبر الهيكل التنظيمي ، وينشأ نتيجة وجود علاقات إجتماعية تربط أعضاء التنظيم غير الرسمي . وتسعى المنظمات إلى توجيهه لخدمة مصلحة العمل وتسهيل تنفيذه ، وإن لم تفعل ذلك ، سيكون مصدراً للشائعات وتناقل الأخبار التي تضر بمصلحة المنظمة .

64-Informal Line of Credit **خط الإئتمان غير الرسمي**

هو أحد أنواع القروض التي تمنحها المصارف التجارية لمشاريع الأعمال ، بموجبها يسمح المصرف للمشروع الإقتراض تحت سقف محدد وضمن فترة زمنية محددة . تكمن فائدة هذا القرض في حالات إحتياج المشروع للمال بشكل مفاجئ ، حيث لا يكون بإمكان المشروع تحديد موعد الحاجة بدقة .

65-Informal Organization — تنظيم غير رسمي

يعبر عن الجماعات الإنسانية (الشلل) التي تنشأ داخل المنظمة بشكل غير رسمي وعفوي ، نتيجة وجود مصلحة ما بين جماعة من الأفراد ، أو وجود صحبة أو قرابة بينهم . لذلك يقال عن هذا التنظيم أنه غير محدد المعالم بهيكل تنظيمي كما هو الحال في التنظيم الرسمي ، وغير ثابت على تشكيلة محددة . فالفرد الذي يكون منتمياً لجماعة أو شلة ما ، قد ينتقل لجماعة أخرى لسبب غير محدد . والتنظيم غير الرسمي تختلف صلابته من تنظيم لآخر ، حيث تزداد كلما إزداد التعارض بين أهدافه وأهداف التنظيم الرسمي ، أو إزدادت ضغوط السلطة الرسمية على الأفراد العاملين . لقد وجد المفكرون أن التنظيم غير الرسمي له تأثير في نشاط المنظمة ، ويجب عدم محاربته بل التقرب إليه ، لأنه يمارس ضغوطاً على سلوك أعضائه ويوجهها باتجاه معين ، لذلك باتت عملية تحقيق التعاون معه ، وكسبه لصف المنظمة أمراً ضرورياً ، فعن طريقه يمكن أن نوفر المناخ الإجتماعي المناسب لتنفيذ العمل بشكل متعاون ومنسجم داخل المنظمة .

66-Informal Performance Appraisal — تقييم الأداء غير الرسمي

هو الملاحظات التوجيهية التي يصدرها الرئيس أو المشرف المباشر لمرؤوسيه طوال فترة القياس والتقييم التي تستمر في العادة لمدة سنة . بالطبع هذه الملاحظات أوالتوجيهات لم تأت من فراغ ، بل جاءت من خلال مراقبة أداء المرؤوس من قبل رئيسه المباشر وتقييمه المستمر لأدائه . ويعد التقييم غير الرسمي السند والداعم لتقييم الأداء الرسمي .

67-Informal Training — تدريب غير رسمي

ويسمى التدريب أثناء العمل ، ويتم من خلال الرئيس المباشر الذي يكون مسؤولاً عن توجيه مرؤوسيه لطريقة الأداء والعمل الصحيحين ، ويعلمهم المهارات المطلوبة ، ويسعى لتلافي نقاط الضعف في أدائهم . وقد تسند هذه المهمة في بعض الأحيان إلى العاملين أصحاب الكفاءة والمهارة في العمل ليؤدوها نيابة عن الرؤساء أو المشرفين المباشرين . لذلك وبما أن هذا التدريب لا يتم من خلال برامج تدريبية ولا في قاعات مخصصة لأغراض التدريب ، أطلق عليه صفة غير رسمي .

68-Information — معلومات

بيانات كامنة تمت معالجتها (تصنيفها ، ترتيبها ، تبويبها ، تحليلها) لتشكل نتائج ذات معنى ودلالة يمكن إستخدامها في صنع القرارات ، وفي مجال تنفيذ الأعمال .

69-Information and Communications Technology **تكنولوجيا المعلومات والإتصالات**

أنظمة إلكترونية وحواسيب وشبكات إتصال تقوم بتخزين كم هائل من المعلومات ، بعد أن تصنفها وتنظمها وتجعلها جاهزة للإستخدام ، وتوفرها بسرعة هائلة لمستخدميها أو من يحتاج إليها .

70-Information Screening **غربلة المعلومات**

تصنيف ومراجعة وتدقيق المعلومات التي تم جمعها عن ظاهرة ما وإستبعاد التي لا علاقة بها ، وكذلك غير الصحيحة ، وغير الموضوعية ، وذلك قبل إستخدامها في دراسة الظاهرة .

71-Information System **نظام المعلومات**

نظام إلكتروني يستخدم الحاسوب ويتكون من العناصر التالية :

- المدخلات : وهي البيانات التي يتم إدخالها للحاسوب من أجل معالجتها وتصف وقائع وأحداث ذات علاقة بنشاطات المنظمة ، وهي بوضعها قبل المعالجة لا تعطي دلالة واضحة .
- المعالجة : عمليات إلكترونية يجريها الحاسوب على البيانات وتشتمل على الفرز، والتصنيف ، والترتيب ، والتحليل والمقارنة ، والتلخيص ، لتتحول البيانات إلى معلومات مفيدة صالحة للإستخدام .
- المخرجات : تمثل نتائج المعالجة الآلية للبيانات وهي معلومات جاهزة وصالحة للإستخدام، وتأخذ شكل تقارير ، جداول ، قوائم ، أشكال ... الخ .
- الرقابة : وهي مجموعة الإجراءات التي تسعى للتأكد من أن تشغيل نظام المعلومات يتم وفق ما صمم له وأن المعلومات صحيحة ودقيقة .
- التغذية العكسية : قياس ومعرفة رأي مستخدمي المعلومات التي يوفرها لهم النظام من حيث كفايتها ، وصحتها ، ودقتها ، فمن خلال هذا الرأي يمكن إدخال تعديلات على النظام ليكون أكثر فاعلية وفائدة لمستخدميه .

72-Information Technology (I.T) **تقانة المعلومات**

إنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Information & Communication Technology

تقانة المعلومات والإتصالات

73-Informative Advertising **الإعلان الإخباري**

ويسميه بعضهم بالإعلان الإعلامي الذي يقوم بشرح وتوضيح مزايا وفوائد السلعة أو الخدمة للمستهلك ، ليحيطه علماً بها ويُكون لديه قاعدة معلوماتية جيدة عنهما .

74-In-House Training and Development — التدريب و التنمية الداخليان

برامج تدريب وتنمية تصممها وتنفذها إدارة الموارد البشرية في المنظمات من أجل تطوير وتحسين أداء العاملين فيها . تحتاج هذه البرامج إلى توفر إمكانات فنية ومادية وتجهيزات لدى المنظمة ، لذلك لا يستخدم التدريب والتنمية الداخليان إلا من قبل المنظمات الكبيرة ، التي لديها عدد كبير من العاملين ، وتمتلك هذه الإمكانات لتنفيذ مثل هذه البرامج .

75-Initiative — المبادأة

ويسميها بعضهم بالمبادرة وهي إحدى صفات الموظف المتميز ، حيث يبادر من تلقاء نفسه لإنجاز ما هو مسند إليه من مهام ومسؤوليات ولا ينتظر رئيسه أو الآخرون لأن يحثوه على الإنجاز . وهو يقوم بمحاولات ذاتية للتأثير في الوقائع والأحداث من أجل إنجاز أهدافه ، وبالتالي يتصف بالأصالة في عمله ويحب العمل المبدع .

76-Initiative Decisions — قرارات المبادأة (المبادرة)

هي القرارات التي يتخذها أو التي تصدر عن رؤساء هجوميون يبحثون عن المشاكل ويحاولون التنبؤ بها قبل حدوثها ليعالجوها . كما يبحثون عن الفرص ليغتنموها ، ويصنعون قرارات دون أن يطلب منهم التصرف . هؤلاء الرؤساء يكونوا في العادة من أصحاب الطموح ، ولديهم رغبة عالية في الإنجاز ، وتكون قراراتهم إبتكارية ، التي يُطلق عليها القرارات الهجومية . وهذا عكس الرؤساء الخاملين الذين يرغبون إلتزام جانب الأمان ويؤثرون السلامة (حسب إعتقادهم) ، والبقاء على ذلك حتى يحال إليهم قرار ، أو تجنب صنع قرار أطول مدة ممكنة .

77-Initiative Principle — مبدأ المبادرة

هو أحد مبادئ الإدارة ويقصد بها ، تشجيع العاملين (المرؤوسين) وفتح الباب أمامهم لإبداء آرائهم ومقترحاتهم من أجل تطوير العمل . وجعلهم يسهمون في صنع القرارات بشكل عام ، والقرارات المتعلقة بهم بشكل خاص ، وهذا الأمر يتطلب توفير أمرين إثنين هما : الحرية والديموقراطية ، فهما يشعران الفرد بأهميته ، وأن له دور ، وهذا ما يرفع من معنويته ، وبالتالي حبه لعمله وللمنظمة معاً .

78-Innoviation in Business — الإبتكار (إبداع ، تجديد ، تحديث) في مجال الأعمال

تقديم شيء جديد (فكرة ، أسلوب ، سلعة ، خدمة ... الخ) ، لم يقدمها أحد إلى السوق من قبل . في ضوء هذا التعريف يأخذ الإبتكار أحد المدخلين التاليين : الأول أن تقدم شيئاً جديداً للسوق ولم يقدمه أحد من قبل بحيث يؤدي إلى تحقيق منفعة لك وللمستهلك . الثاني أن تقدم شيئاً جديداً للسوق لشيء موجود فيه حالياً ، شريطة أن يكون مختلفاً عن وضعه الحالي وأن يحقق منفعة أكبر عن ما هو عليه الآن لك

وللمستهلك . إذاً يمكن القول أن الإبتكار بمدخليه السابقين هو إستثمار لفرصة ما متاحة في السوق أو البيئة بشكل تحقق القيمة المضافة لصاحبها ، وفي الوقت نفسه تلبي حاجة (منفعة) أو رغبة موجودة لدى المستهلكين في السوق .

79-Innoviation Journey **رحلة الابتكار**

مصطلح يستخدم للدلالة على المراحل التي تمر بها عملية الإبتكار من مرحلة التفكير ومن ثم الفكرة المبدئية ، حتى مرحلة الوصول إلى الإبتكار ، ووضعه موضع التنفيذ .

80-Innoviative Marketing **التسويق المبتكر (الإبداعي)**

هو التسويق المعاصر ، الذي يسعى وباستمرار إلى إكتشاف المزايا التنافسية وإدخال تحسينات مستمرة على المنتج ، وتقديم كل جديد للسوق ، من أجل تحقيق أعلى درجة ممكنة من الرضى والسعادة لدى المستهلكين وبشكل يتفوق على المنافسين . لذلك نجد بأن هذا التسويق هو على تواصل وتنسيق مستمرين وعالي المستوى مع إدارة الإنتاج والتصميم الهندسي .

81-Input-Output-Production Control **ضبط الإنتاج بأسلوب المُدخل / المُخرج**

أحد الأساليب المستخدمة في ضبط الطاقة الإنتاجية لمراكز العمل والإنتاج ، حيث يجري بموجبه مقارنة ساعات العمل الفعلية في المركز الواحد مع ساعات العمل المخططة له . فإذا كانت ساعات العمل المخططة غير كافية لتغطية ساعات العمل الفعلية ، معنى ذلك أن هناك مشكلة في الطاقة الإنتاجية للمركز، ويحتاج الأمر إلى إيجاد طاقة إنتاجية إضافية لسداد النقص في طاقة المركز الإنتاجية ، لتلبية ساعات العمل الفعلية أو المطلوبة منه .

82-Inputs **المدخلات**

كافة المستلزمات التي يحتاجها إنجاز العمل ، أي التي تستخدمها عملية أوعمليات التشغيل ، لتحويلها إلى مخرجات (سلعة أو خدمة). والمدخلات قد تكون مادية كمواد الخام والأولية ، والعدد والآلات ، ورأس المال ...الخ ، أو معنوية كالجهد البشري ، والأفكار ، والإبتكارات...الخ .

83-In-Service Training **التدريب أثناء الخدمة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

On-the-Job Training

التدريب أثناء العمل

84-Inside Order Takers **مستلمو طلبات الشراء داخل المحل**

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة المبيعات ، ويشير معناه إلى رجل البيع الذي يستلم طلبات الزبـــائن عبر الهاتف أو الفاكس أو البريد الإلكتروني ، للعمل على تلبيتها من الجهة صـــاحبة العلاقـــة في المحـــل ، وبالتالي فعملهم ليس له علاقة بجذب الزبائن ، أو إتمام عملية البيع معهم ، إنما عملهم عمل إجرائي بحت .

85-Insightful Thinking — التفكير القائم على البصيرة

يتشكل هذا التفكير من ثلاثة مكونات وفق ما جاء عن كل من "ستينبرج Stenberg ودافيدسون Davidson "صاحبا هذا المفهوم ، حيث اعتبرا هذا التفكير هو أساساً للانجاز الإبداعي وهذه المكونات مايلي:

- الترميزالإنتقائي : ويشير مفهومه إلى قدرة الفرد المبدع على التعرف على تفاصيل المعلومات التي من المحتمل أن تكون مفيدة بالنسبة لحل مشكلة معقدة تواجهه .
- التوفيق الإنتقائي : ويشير مفهومه إلى قدرة الفرد المبدع التعرف على أكثر الطـــرق فعاليـــة أو ملاءمة ، التي يمكن من خلالها التوفيق بين أجزاء المعلومات من أجل الوصول إلى حل المشكلة .
- المقارنة الإنتقائية : ويشير مفهومها إلى قدرة الفرد المبدع التعرف على كيفية ربط أي جزء جديد من المعلومات ، مع المعرفة المتوفرة لديه ، بطريقة تؤدي إلى إيجاد تعددية حلول المشكلة موضـــع البحث والإهتمام .

86-Inspection Certificate of Goods — شهادة فحص بضاعة

شهادة تصدرها جهة أو مؤسسة مختصة ، تثبت فيها معاينتها لبضاعة معينة قبل تحميلها على ظهر الباخرة أو أية وسيلة شحن أخرى ، تؤكد فيها سلامتها ومطابقتها لمواصفات معينة .

87-Instant Control — الرقابة المتزامنة (الآنية)

هي التي تراقب العمل أولاً بأول ، فتقيس الأداء الحالي وتقيمه بمقارنته مع المعايير المحـــددة ، لإكتشـــاف الخطأ ساعة وقوعه ، والعمل على تلافيه فوراً ، لمنع إستفحال أثره الضار .

88-Insolvency — العسر المالي

يقصد به عدم تمكن المنشأة (أو افرد) من سداد إلتزاماتها المالية تجاه الغير في مواعيد إستحقاقاتها ، وذلك بسبب عدم توفر السيولة النقدية اللازمة لها . وبالتالي فالعسر المالي غير الإفلاس ، أي ليس هو الإفلاس ، فقد يكون لدى المنشأة أصول (بضاعة ، حسابات مدينة ، آلات ، ممتلكات...الخ) تفوق كثيراً الإلتزامات المترتبة عليها ، لكن لا توجد نقدية لسدادها في المواعيد المحددة . ويحدث العسر بسبب عدم التـــوازن في قائمة التدفق النقدي ، أي أن التدفقات النقدية الخارجة (المدفوعة) أكبر من الداخلة ، وبالتـــالي فالعســـر حالة مالية مؤقتة تواجهها المنشآت .

89-Inssuing Store مخزن الصرف

مخزن فرعي ذو مساحة محددة تابع للمخزن الرئيس، يقوم بمهمة صرف طلبات كافة المواد التي يحتاج إليها العمل ، لذلك يخزن فيه جميع أنواع المخزون الموجودة في المخزن الرئيس (بكميات أقل) ، الذي يغذيه بشكل مستمر بكميات الأصناف التي قارب رصيدها إلى الإنتهاء .

90-Installment Purchasing الشراء بالتقسيط

يقوم المشتري بموجب هذا الشراء ، بدفع مبلغ معين من قيمة السلعة مقدماً عند شرائه وإستلامه لها، وباقي القيمة يدفعها على أقساط ولفترة زمنية محددة لحين الإنتهاء من سداد قيمتها . ولا تنتقل ملكية السلعة للمشتري ، إلا بعد سداد قيمتها بالكامل ، وأحياناً قد يتم نقل ملكيتها له ، لكن يضع البائع إشارة رهن عليها ، بحيث لا يمكنه بيعها أو التصرف بها ، لحين سداد آخر قسط من قيمتها . ويُتبع هذا الشراء في مجال بيع السلع المعمرة كالسيارة ، والتلفاز وغيرها .

91-Instinct الغريزة

دافع وميل فطري دفين في أعماق الإنسان ، تجعله يستجيب بطريقة معينة وأحيانا عفوية لعوامل البيئة الخارجية ، حيث توجه سلوكه وتصرفاته بطريقة محددة من أجل إشباع بعض حاجاته ، وبشكل خاص الفسيولوجية ، كالطعام ، والجنس ، الأمومة لدى النساء ، الخوف...الخ . والغريزة تخلق مع الإنسان ، وهي غير مكتسبة .

92-Instinct Behavior and Sublimation Theory نظرية السلوك الغريزي والسمو

توضح هذه النظرية بأن الإنسان يسلك سلوكات كثيرة في حياته وجزء منها فطري أو غريزي ، وهذه السلوكات تتغير بتغير المثيرات ، فقد تفقد طبيعتها الغريزية الفطرية وتستبدل بسلوكات أخرى متكيفة مع المثيرات الجديدة . وتشير هذه النظرية إلى أن الغرائز الفطرية تتغير وتسمو وترتقي وتتطور بشكل أكثر تنظيماً ، لمواكبة تطور المجتمع ومبادئه وقيمه السائدة فيه ، والذي يعيش فيه الإنسان .

93-Instinct to Contrarience نزعة المخالفة

حب الفرد لمخالفة الآخرين في أفكارهم ، وآرائهم ، والتصرف بأشكال مغايرة لسلوكاتهم ، وقد تكون المخالفة لمجرد المخالفة ، أو تكون لمجرد الظهور على مبدأ خالف تعرف .

94-Instructural Training التدريب التعليمي

يتم هذا التدريب من خلال محاضرات ومناقشات تنفذ وتدور مع المتدربين داخل قاعات تدريسية ، يقوم فيها شخص يدعى بالمدرب المعلم Instructor بشرح المادة التعليمية التدريبية للمتدربين نظرياً

ومناقشتها معهم ، مستخدماً عدداً من مساعدات التدريب مثل :جهاز إسقاط ، باور بونيت ، فيديو ، جداول ، خرائط توضيحية ... الخ .

95-Instrumental Conditioning Learning Theory **نظرية التعلم الشرطية الوسيلية**

تقوم هذه النظرية على مبدأ الغريزة وحب البقاء ، فالإنسان الطبيعي يُقدم عادة على السلوك الذي يعود عليه بالمنفعة ويقوم بتكراره إذا حقق له هذه المنفعة عند تكراره ، ويبتعد عن السلوك الذي لا يحقق له منفعة أو يحقق له الضرر. يفهم من ذلك أن تكرار السلوك وعدم تكراره تكون مشروطة باستمرارية وجود المنفعة والضرر عند تكرار نوعي السلوك اللذان حققا النفع والضرر. فإذا أردنا أن نحفز العاملين على السلوك الإيجابي المرغوب فيه ونعلمهم تكراره ، علينا تقديم الحوافز الإيجابية المكافآت في كل مرة يتكرر هذا السلوك المرغوب ، وإلى جانب ذلك يتوجب وجود حوافز سلبية (عقوبات) مستمرة نوقعها بحق كل من يسلك سلوكاً غير مرغوب فيه ، ويتكرر العقاب عند تكرار هذا السلوك . بهذه الحالة يتعلم الأفراد أن يكرروا السلوك المرغوب ، ويمتنعوا عن السلوك غير المرغوب .

96-Insurance Agent **وكيل تأمين**

ويسميه بعضهم بمندوب تأمين ، وهو موظف يعمل لصالح شركة تأمين يقوم ببيع بوالصها للغير ويساعد الزبائن المحتملين على إختيار نوعية هذه البوالص التي تناسب حياتهم وظروف عملهم ، بشكل توفر الحماية لمتلكاتهم وأرواحهم وصحتهم .

97-Insurance Certificate **شهادة تأمين**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Insurance policy
بوليصة تأمين

98-Insurance Policy **بوليصة تأمين**

عقد أو وثيقة تصدر عن شركة تأمين (أووكيلها) لصالح المؤمن لديها على بضاعة ، سيارة...الخ ، ضد أخطار معينة ومحددة في العقد أو الوثيقة ولفترة زمنية محددة ، حيث في حالة حدوث الضرر ، ستقوم شركة التأمين بتعويض المؤمن بقيمة هذا الضرر .

99-Intangible Assets **الأصول غير الملموسة**

ويسميها بعضهم بالأصول المعنوية ، وتعد من الأصول المالية غير المادية ، كشهرة المحل ، العلامة التجارية ذات السمعة الجيدة ، براءة الاختراع .

100-Intangible Resources **موارد غير ملموسة**

هي إحدى المدخلات التي تستخدمها المنظمات في سبيل تحقيق مخرجاتها ، وهي موارد معنوية وليست مادية مثل : رسالة المنظمة ، وثقافتها التنظيمية ، والشهرة التجارية (شهرة المحل)...الخ .

101-Integrated Concept of Human Relations — مفهوم العلاقات الإنسانية المتكامل

مجموعة من النشاطات التي تتضمن قواعد وأسس تم وضعها في ضوء نتائج دراسات نظرية وميدانية ، الغاية منها جعل الأفراد العاملين في المنظمة راضين وسعداء ، ومرتبطين بها ، ويسهمون إسهاماً فعالاً في تحقيق أهدافها . وهي في سبيل ذلك تركز بشكل مباشر وغير مباشر على رفع الروح المعنوية ، بإعتبارها الوسيلة الأساسية والفعالة لرفع إنتاجية وفاعلية أداء العاملين . ويشتمل المفهوم المتكامل على النشاطات التالية التي لها إنعكاس مباشر وغير مباشر على الروح المعنوية :

- إيجاد التوافق والتكامل بين أهداف المنظمة وأهداف العاملين فيها .
- تحقيق المعاملة الإنسانية الطيبة للعاملين .
- توفير القيادة الإدارية القادرة على زرع حب العمل والإنتماء والولاء للمنظمة .
- توفير الحوافز المادية ، والمعنوية ، والفكرية .
- توفير المناخ المادي المناسب في مكان العمل .
- توفير السلامة والصحة المهنية في مكان العمل .
- تعيين الفرد المناسب في العمل الذي يتناسب مع إمكاناته وقدراته .
- توفير التعلم والتدريب المستمرين للعاملين .
- توفير مسارات ترقية متنوعة للعاملين .

102-Integrated Planning and Control — التخطيط و الرقابة المتكاملان

قاعدة في مجال التخطيط تفيد :" بأن عملية التخطيط توفر الأساس الذي بناء عليه تتم عملية الرقابة ". وهذا يعني أن التخطيط يوفر المعايير (الأهداف) التي على أساسها تتم عملية متابعة تنفيذ الخطة ، وجمع المعلومات عن الأداء الفعلي ، لتقارن بالمعايير ، لتحديد مدى إنجاز أو تحقيق التخطيط الموضوع . وعليه يمكن القول أن الرقابة إمتداد للتخطيط وهما وظيفتان من وظائف العملية الإدارية ومتكاملتان .

103-Integrative Management Approach — مدخل الإدارة المتكاملة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

System Theory
نظرية النظام

104-Integrity Test — إختبار الأمانة و الإستقامة

يستخدم هذا الإختبار للكشف عن درجة الأمانة المتوفرة في المتقدمين للعمل في المنظمات على إختلاف أنواعها ، وهي أحد الشروط المطلوبة للتعيين في جميع الوظائف ، لكنها مهمة جداً بالنسبة للوظائف التي تحتاج إلى توفر قدر عالي من الأمانة لدى شاغليها كوظائف الشرطة ، والدفاع ، والمالية ، والمصارف . ويتم تحديد درجة الأمانة من خلال هذا الإختبار ، بأن توجه لطالب العمل والتوظف قائمة من الأسئلة المباشرة وغير المباشرة ، حيث من خلال تحليل إجاباته يمكن معرفة درجة الأمانة الموجودة لديه ، ومثال عن هذه الأسئلة ما يلي :

- ماذا تفعل لو أخذت شيئاً لا يخصك عن طريق الخطأ ؟
- إذا وجدت محفظة نقود في الشارع ماذا تفعل وأنت تحتاج كثيراً للمال ؟
- ما رأيك بطباخ في مطعم يتقاضى إكراميات من الزبائن ؟

105-Intellectual Property — ملكية فكرية

ملكية خاصة غير ملموسة ذات قيمة ناتجة عن نشاط ذهني توصل إليه شخص أوشركة في مجالات المعرفة مثل الإختراعات ، تأليف الكتب ، الأدوية الجديدة ، تصاميم هندسية مبتكرة ....الخ . هذه الملكية يقوم صاحبها بتسجيلها بشكل قانوني لدى هيئات مختصة حكومية ودولية لحمايتها من الإنتهاك أو السرقة ، لأنها تعتبر حقاً وملكاً لصاحبها لا يجوز سرقتها أو التعدي عليها بالإقتباس أو التقليد دون إذن مسبق من مالكها .

106-Intellectual Skill at Work — المهارة الفكرية أو الذهنية في العمل

يسميها بعضهم بالمعرفة الإجرائية التي تشتمل على المفاهيم والقواعد والإجراءات المتعلقة بتنفيذ عمل ما أو مهمة معينة ، بشكل تمكن صاحبها من معرفة كيفية أداء هذا العمل أو هذه المهمة بشكل جيد .

107-Intelligence Test — إختبار الذكاء

يسميه بعضهم باختبار القدرة الذهنية ويسعى إلى قياس مستوى الذكاء الإنساني وتحديد درجته ، ويستخدم بشكل خاص في مجال إختبار الموارد البشرية للعمل في المنظمات بوظائف هامة وحساسة تحتاج إلى مقدرة عالية من الذكاءكوظائف البحث العلمي والإختراعات والمديرين ..الخ . ويختص هذا الإختبار بتحديد درجة ذكاء الفرد ومقارنتها مع درجة الذكاء المطلوبة للوظيفة ،من أجل تحديد صلاحيته للتعيين. كما يستخدم هذا الإختبار في قياس درجة ذكاء الأطفال الصغار لتحديد مجالات إبداعهم لتنميتها . ويشتمل إختبار الذكاء على عدة إختبارات منها : إختبار القدرة على الفهم والإستيعاب ، إختبار القدرة العددية ، إختبار الإبداع ...الخ .

108-Intelligent Supporting Systems — نظم الدعم الذكية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Expert Systems

النظم الخبيرة

109-Intensive Distribution Channels **قنوات التوزيع المكثف**

قيام المنتج بعرض سلعته للبيع لدى تجار الجملة والتجزئة في جميع المناطق الجغرافية التي يحتمل أن يكون فيها طلب عليها من قبل المستهلكين في هذه المناطق ، بحيث تكون متاحة أمامهم للشراء في أي وقت يشاؤون . ويلجأ المنتجون إلى هذا التوجه عادة ، في حالة كون المنافسة في السوق شديدة وبشكل خاص في السلع الإستهلاكية .

110-Inter Office Memorandum **المذكرة الداخلية**

هي المراسلة التي تتم داخل المنظمة ، أي التي يتم تداولها بين الوحدات الإدارية داخل هيكلها التنظيمي . وتصدر المذكرة الداخلية من قبل أصحاب السلطة ، وذلك من أجل نقل أوتعميم معلومة داخل المنظمة .

111-Interactional Theory of Leadership **النظرية التفاعلية في القيادة الإدارية**

يقوم مفهوم هذه النظرية عن القيادة الإدارية على أساس التفاعل المتكامل بين شخصية القائد، ومرؤوسيه (حاجاتهم ، إتجاهاتهم ، مشكلاتهم) ، والجماعة كفريق عمل برأسه (علاقات أعضائها وخصائصها) ، والمواقف التي تحددها طبيعة العمل نفسه . وعليه تركز هذه النظرية على إدراك القائد لذاته ولمرؤوسيه ، وإدراك المرؤوسين للقائد ، والإدراك المشترك بين القائد والمرؤوسين للجماعة ككل والمواقف التي تواجهها. فالقائد في ظل مفهوم هذه النظرية هو عضو عامل في الجماعة يشاركهم مشكلاتهم وآمالهم ، وهم يشاركوه ويعاونوه من أجل معالجة مواقف العمل وتحقيق أهدافه .

112-Interest **فائدة**

مبلغ من المال على شكل نسبة مئوية من إجمالي المبلغ يضيفها المقرض على المبلغ الذي أقرضه للغير .

113-Interest Expenses **نفقات الفوائد**

تمثل هذه النفقات ، الفوائد التي يدفعها المصرف مقابل حصوله على إيداعات المودعين للأموال .

114-Interest Income **الدخل الناتج عن الفائدة**

يتشكل هذا الدخل في المصرف من الفوائد والرسوم الناتجة عن منح المصرف القروض لعملائه .

115-Interest Rate **معدل الفائدة**

يقصد به نسبة الفائدة السائدة التي تتقاضاها المصارف التجارية على القروض التي تمنحها لعملائها ، وتكون بتوجيه وإشراف المصرف المركزي .

116-Interest Margin **هامش الفائدة**

ينتج هذا الهامش في المصرف من خلال طرح النفقات الناجمة عن الفوائد المدفوعة للمودعين من الـدخل الناتج عن منح القروض .

117-Interesty Test **إختبار الإهتمامية**

ويسميه بعضهم باختبار الميول، وهو أحد الإختبارات المستخدمة في مجال عمليات إختيار الموارد البشرية للتعيين في المنظمة ، والغاية منه الكشف عن إهتمامات وميول المتقدم للتعيين ومدى توافقها مـع طبيعـة الوظيفة المتقدم للعمل فيها ، وبمعنى آخر لمعرفة هل توفر الوظيفة أوتشبع إهتماماته وميولـه أم لا ؟ وقـد وضع شخص يدعى "كودرCoder" قائمة توضح الإهتمامات والمهن المناسبة لها منها على سبيل المثال :

الميول	المهنة
فنيـة :	مصور ، ممثل ، رسام ، مصمم أزياء
خلويـة :	مزارع ، صياد
إجتماعيـة :	ممرض ، مدرس ، موجه تربوي ، علاقات عامة

118- Interfirm Comparison **المقارنة بين الشركات**

تتم هذه المقارنة من خلال جمع البيانات والمعلومات الخاصة بأعمال الشركات الأخرى التي تزاول نفـس الصناعة ، وتحليلها ومن ثم مقارنتها مع أداء شركة معينة ، من أجل الحكم على مسـتوى أداء الشـركة مقارنة بأداء الشركات الأخرى .

119- Interindividual Conflict **الصراع داخل الفرد**

يحدث هذا الصراع نتيجة وجود حاجتان أو رغبتان متضادتان مع بعضهما داخل الفرد ، فالأولى تدفعـه لأن يعمل أو يسلك سلوكاً معيناً، في حين أن الثانية تنهاه وتمنعه من ذلك . وأصدق مثل عن هذا الصراع الداخلي هو الصراع بين الخير والشر.

120-Interrupter Manufacturing **التصنيع المتقطع**

بموجبه يتم العمل داخل المصنع وفق ما يتم إستلامه من طلبات من قبل الزبائن ، أي أن الإنتاج والعمـل المصنعي من حيث كمية الإنتاج ، ومواصفاته ، وجودته ، يتم وفق رغبة وطلب الزبون ، وعندما لا يكون هناك أي طلب من الزبائن يتوقف العمل في المصنع .

121-Interlinking System of Production Line **نظام خط الوصل الداخلي لخط الإنتاج التجميعي**

نظام صممه رائد صناعة السيارات الأمريكي "هنري فورد Henry Ford" واستخدمه على خط تجميع إنتاج السيارات في شركته المشهورة فورد . بموجب هذا النظام جعل فورد لكل مرحلة من مراحل خط تجميع السيارات خط تمويني خاص بها يمولها مباشرة باحتياجاتها من مستلزمات الإنتاج والعمل ، ضماناً لإستمرار العمل الإنتاجي على خط الإنتاج ومنع خطر توقفه .

قرارات وسيطة 122-Intermediary Decisions

القرار الوسيط هو ليس قراراً أساسياً ، ويتخذ في ضوء وخدمة قرار سابق ، ويمكن توضيحه بالمثال التالي: إتخذ مجلس الإدارة قراراً معيناً وفوض المدير العام بتنفيذه والإشراف عليه ، وبالتالي فهو مسؤول في هذه الحالة عن صحة التنفيذ . في ضوء ذلك يحق للمدير العام صنع قرار أوأكثر (وسيط) لتفعيل قرار مجلس الإدارة ووضعه موضع التنفيذ بشكل صحيح .

الإتصالات الداخلية 123-Internal Communications

هي الإتصالات الرسمية وغير الرسمية التي تتم داخل المنظمة بين الوحدات الإدارية والعاملين فيها أثناء العمل ، لتبادل المعلومات ، ونقل الأوامر والتوجيهات ، وإرسال التقارير ....الخ ، ويستخدم فيها وسائل إتصال متعددة مثل : الإتصال الشخصي Face-to-Face ، الإتصال الهاتفي ، المذكرات التقارير ، الإنترنيت ، الديكتافون...الخ .

الرقابة الداخلية 124-Internal Control

هي التي تتم داخل المنظمة ، وتمارس من قبل كافة الرؤساء ، على إختلاف مستوياتهم الإدارية ومجال عملهم ، وقد تمارس من قبل وحدة إدارية متخصصة بالعملية الرقابية .

الزبون الداخلي 125-Internal Customer

صفة أطلقتها إدارة الجودة الشاملة على العنصر البشري في العمل للدلالة على مدى أهميته وضرورة تحفيزه بشكل جيد ورعايته ومعاملته وكأنه زبون ، فهو صانع الجودة التي يتوقف عليها رضى زبائن المنظمة الخارجيين ، فإذا جعلناه راضي وسعيد ، إذاً سيحقق لنا الجودة التي نريدها، والتي ترضي زبائن المنظمة في السوق ، وهذا يعني النجاح والبقاء .

تقييم أداء العاملين من قبل الزبون الداخلي 126-Internal Customer Performance Appraisal

يقصد بالزبون المقيم هنا كل من له علاقة مع الموظف الخاضع لعملية تقييم أدائه داخل المنظمة . فلضمان الموضوعية في تقييم أداء العاملين وإعطاء فكرة حقيقية عن مستوى أدائهم ، لم يعد يُعتمد على تقييم المشرف المباشر فقط ، بل أصبح يُعتمد على مقيمين آخرين لتوفير تغذية عكسية أوفر وأدق عن مستوى أداء العاملين . من هذا المنطلق أصبح تقييم أداء الفرد يتم من قبل رئيسه المباشر، وزملائه في

العمل ، ومن قبله (تقييم ذاتي) ومن قبل أي شخص له علاقة معه ، فمن خلال هذا التنوع في مصادر المعلومات ، يمكن ضمان الموضوعية والدقة في التقييم بدرجة جيدة .

127- Internal Environment **بيئة المنظمة الداخلية**

تشتمل على كافة المتغيرات (العوامل) التي تقع داخل نطاق أو حدود المنظمة وتؤثر في نشاطها إيجاباً أو سلباً ، مثل مهارة العاملين ، أنظمة العمل ، القيادة ، السياسات...الخ . فسياسة الحوافز الجيدة على سبيل المثال لا شك أنها ترفع من معنويات العاملين ومستوى أدائهم ، وبالتالي يؤثر هذا المتغير الداخلي إيجابا في كفاءة المنظمة وفعاليتها ونشاطها الكلي .

128-Internal Environment Scan **المسح التحليلي لبيئة المنظمة الداخلية**

يهدف هذا التحليل إلى تحديد ودراسة جوانب القوة والضعف الموجودة في موارد وإمكانات المنظمة ، لمعرفة مدى قدرتها على إستغلال الفرص ومواجهة المخاطر الموجودة في بيئتها الخارجية ، وبالتالي يعد هذا التحليل الخطوة الأولى في تكوين إستراتيجية المنظمة المستقبلية .

129-Internal Human Resources Recruitment **إستقطاب الموارد البشرية الداخلي**

حث وترغيب العاملين داخل المنظمة للتقدم للتعيين في الوظائف التي تخلو لديها (الشاغرة) بدلاً من إستقطاب عاملين من خارجها. والغاية من ذلك رفع روحهم المعنوية وتحفيزهم وإتاحة الفرصة أمامهم للإنتقال إلى وظائف أفضل من وظائفهم الحالية من الناحية المادية ، والمعنوية ، والمالية .

130-Internal Labor Market **سوق العمل الداخلي**

مصطلح معروف في مجال إستقطاب وإختيار الموارد البشرية من أجل التعين والتوظيف . ويمثل هذا السوق العاملون في المنظمة ذاتها وما لديهم من مؤهلات علمية ، ومهارات ، وخبرات ، والدورات التعليمية والتدريبية التي خضعوا لها ، حيث تقوم المنظمة من خلال إدارة الموارد البشرية فيها ، بانتقاء أفضلهم للتعيين في الوظائف الشاغرة لديها سواء عن طريق الترقية أو النقل الأفقي، بعد مقارنة مواصفاتهم مع مواصفات الوظائف الشاغرة لديها .

131-Internal Movement of Employees **حركة العاملين الداخلية**

هي حركة تنقلات وظيفة عمودية وأفقية مخططة عبر المستويات الإدارية داخل المنظمة ، وتتم هذه الحركة من خلال الترقية (نقل عمودي) ، ونقل أفقي في ذات المستوى الإداري ، أي من وحدة إدارية إلى أخرى في ذات المستوى الإداري ، وتنفذ هذه الحركة من خلال مايلي :

- تحديد الوظائف الخالية .
- إنتقاء العاملين المناسبين لشغل هذه الوظائف ونقلهم (عمودي ترقية ، ونقل أفقي) .

- تأهيل وتدريب العاملين الذين نُقلوا للوظائف الشاغرة .

132- Internal Process Customer Satisfaction — رضى زبون العملية

مصطلح شاع إستخدامه في مجال إدارة الجودة الشاملة ، ويهدف إلى تحقيق الإعتمادية المتبادلة بين العاملين الذين ينفذون عملاً واحداً مكوناً من عدة خطوات أو مراحل . فالفرد الأول (أو الفريق) الذي يؤدي الخطوة أو المرحلة الأولى هو ممول للفرد الثاني (أو الفريق) الذي يؤدي الخطوة أو المرحلة التالية الذي يسمى بالنسبة له بالزبون الداخلي ، الذي يجب أن يحقق لديه الرضى عن ما قدمه إليه (جودة ليتمكن هو (الثاني) من أن يؤدي الخطوة الثانية بجودة ليرضى عنه الشخص الذي يليه (الشخص الثالث) المكلف بأداء الخطوة الثالثة . بهذا الشكل يكون لدينا سلسلة من المراحل أو الخطوات يقع عليها ممولون وزبائن تربطهم علاقات تكاملية ويسعون جميعاً إلى إنجاز العمل الواحد المكلفون به بأعلى جودة ممكنة . يتضح من ذلك أن كل مرحلة هي ممول للمرحلة التالية وزبون للمرحلة السابقة .

133-Internal Quality Failure Cost — تكلفة إخفاق الجودة الداخلي

هي التكاليف التي تتحملها المنظمة والناتجة عن صنع الإجراءات التصحيحية ، لعدم مطابقة المنتج للمواصفات ومستوى الجودة المحدد والمطلوب ، أي بعد إكتشاف الإنحرافات أو الأخطاء أثناء وبعد العملية الإنتاجية ، وقبل وصول المنتج للمستهلك في السوق . وتتمثل هذه التكلفة بكلفة الوحدات المنتجة التي لا يمكن إصلاحها (خردة) ، وكلفة إعادة فحص الوحدات بعد تلافي العيب الذي فيها للتأكد من سلامتها ، وكلفة دراسة وتحليل أسباب العيب الذي ظهر في الوحدات المنتجة...الخ .

134-Internal Source of Human Resources — مصدر الموارد البشرية الداخلي

تعتبر العديد من المنظمات الموارد البشرية التي تعمل لديها مصدراً يمكن الإعتماد عليه في توفير حاجتها من العاملين ، حيث يمكن توفير هذه الحاجة عن طريق الترقية ، والنقل الوظيفي الأفقي من وحدة إدارية لديها فائض من العاملين إلى وحدة أخرى لديها نقص .

135-Internal Sustained Growth Strategy — إستراتيجية النمو المدعوم داخلياً (ذاتياً)

عملية تخططها وتنفذها المنظمات لتطوير وتحسين وتوسيع نشاطها المستقبلي بالإعتماد على إمكاناتها ومواردها الذاتية مثل الإعتماد على إحتياطياتها النقدية ، زيادة كفاءة إستخدام مواردها ، تحسين مستوى الجودة من خلال رفع كفاءة ومهارة العاملين فيها ، تعديل وتطوير الآلات الحالية...الخ .

136-Internal Staffing & Future Career — التشكيل الداخلي لقوة العمل ورسم مسار مستقبلها الوظيفي

يمثل التشكيل مجموعة القرارات التي تتخذها المنظمة في مجال إدارة الموارد البشرية، التي بموجبها تنظم حركة إنتقال الموظفين بين الوظائف عبر المستويات الإدارية التي يشتمل عليها هيكلها التنظيمي . وهذه الحركة لها ثلاثة إتجاهات : عمودي للأعلى (ترقية) ، للأسفل (تتريل الدرجة الوظيفية عقوبة) ، أفقية في نفس المستوى الإداري .

137-Internal Training — التدريب الداخلي

هو الذي يتم داخل المنظمة ، حيث تمتلك بعض المنظمات الكبيرة إمكانات وقدرات فنية ومالية تمكنها من تخطيط وتنفيذ برامج تدريب خاصة للعاملين لديها . ويقوم بهذه المهمة وحدة إدارية فيها متخصصة في هذا المجال ، وهي تابعة لإدارة الموارد البشرية .

138-International Franchise Association — الجمعية الدولية لحقوق الإمتياز والترخيص

جمعية دولية تنظم وتشرف على عمليات منح حقوق الإمتياز والترخيص من قبل الشركات الكبيرة لشركات أخرى أصغر حجماً في مجالي الصناعة والخدمات ، لتقوم الثانية بتصنيع نفس السلعة أو تقديم نفس الخدمة التي تنتجها أو تقدمها الأولى ، ومن أمثلة هذه الشركات الكبيرة شركة هوندا للسيارات التي منحت ماليزيا حق تصنيع سياراتها ، وشركة شيراتون ، وماكدونالدز اللتان منحتا العديد من الشركات حق إستخدام إسمها ومواصفات وأصول وجودة تقديم خدماتها، لقاء مبلغ متفق عليها بين الطرفين .

139-International Labor Organization — منظمة العمل الدولية

إحدى المنظمات التابعة لهيئة الأمم المتحدة مكانها في مدينة جنيف بسويسرا ، هدفها تحسين أحوال وظروف العمل في المنظمات ، من خلال دراسات تقوم بها وتعمم نتائجها على المنظمات في دول العالم .

140-International Organization Administration — إدارة المنظمات الدولية

يقصد بالمنظمات الدولية ، بالمنظمات التي لاتتبع دولة معينة ،كمنظمة الأمم المتحدة ، وجامعة الدول العربية وغيرها . وتسعى هذه المنظمات وإداراتها إلى خدمة المجتمع العالمي في مجالات الصحة والزراعة ، والإقتصاد...الخ ، وهي تستخدم في سبيل ذلك إمكانات تسهم في تقديمها دول متعددة ، هذه الإمكانات المادية والبشرية تحتاج إلى إدارة تستخدم التخطيط ، والتنظيم ، والتنسيق، والإشراف ، والتوجيه ، والرقابة لتحقيق أهدافها . إذاً يمكن القول بأن إدارة المنظمات الدولية وأهدافها ومجالات عملها والمشاكل التي تتعامل معها ، تختلف عن الإدارة الحكومية (العامة) وإدارة الأعمال ، فالمنظمات الدولية لها أنظمة مالية وإدارية خاصة بها تتناسب مع طبيعة عملها ، وهي تتصف بعدم التناغم بين العاملين فيها ، لأنهم من جنسيات وثقافات متعددة ومختلفة .

141-International Standardization Organization(ISO) **المنظمة الدولية للمقاييس أو المعايير**

منظمة دولية أحدثها الإتحاد الأوروبي ومقرها في مدينة بروكسل في بلجيكا ، معنية بمسألة تحقيق الجودة في الشركات ، حيث قامت بوضع معايير للجودة وضبطها في كافة أنواع الشركات ، وتمنح شهادتها للجودة لكل شركة تطبق هذه المواصفات أو المعايير ، بعد التأكد ميدانياً وعلى الواقع من أن الشركة الطالبة للحصول على شهادتها للجودة قد طبقت معاييرها . وقد أصدرت هذه المنظمة شهادتها لعام (1994) ، ثم أصدرت شهادة أخرى بمعايير أوسع وأشمل من الشهادة الأولى وسمتها (ISO2000) .

142-Internet **شبكة الإنترنيت**

شبكة ربط إلكترونية ، تقوم بربط عدد هائل من مستخدميها عبر العالم ، عن طريق الشاشات الحاسوبية الطرفية الموجودة لديهم ، حيث يمكن من خلالها الإتصال مع مراكز المعلومات ، والمنظمات ، ومراكز البحث العلمي ، والأفراد ، عبر مواقعهم على شبكة الإنترنيت ،لتبادل المعلومات ، والشراء والبيع...الخ.

143-Internet Human Resources Recruitment **إستقطاب الموارد البشرية عن طريق الإنترنيت**

أسلوب معاصر يستخدم في مجال إستقطاب القوى العاملة التي تحتاجها المنظمات ، حيث تقوم بالإعلان عن حاجتها عبر موقعها على الإنترنيت . ويشتمل الإعلان عادة على ملخص عن مسميات الوظائف الشاغرة لديها ، وموجزاً عن طبيعة العمل فيها ، ورواتبها ، ومواصفات شاغليها...الخ . ويحدد الإعلان الكيفية التي يمكن الحصول على طلب التوظف من خلال شبكة الإنترنيت . فعن طريق هذا الإعلان يمكن للباحثين عن فرص عمل أن يحصلوا على طلب توظف وإرساله عبر الإنترنيت لموقع المنظمة المعلنة .

144-Internet Training **التدريب عن طريق الإنترنيت**

تلجأ المنظمات الكبيرة ذات الإنتشار الجغرافي الواسع ، إلى إستخدام الحاسب الآلي والبريد الإلكتروني عبر شبكة الإنترنيت ، لنقل المادة التدريبية إلى المتدربين في كافة فروعها ، حيث يمكن تبادل المعلومات والتوجيهات التدريبية بين المدربين والمتدربين دون أن يكونوا وجهاً لوجه . ويمكن عن طريق برمجة المعلومات التدريبية ألا يكون هناك مدرباً ، حيث يتولى الحاسوب مهمة المدرب .

145- Interpersonal Skills **مهارات إقامة العلاقات الشخصية مع الآخرين (التواصل)**

تشكل القدرة على التعامل الإيجابي مع الآخرين والتعاون معهم والإتصال بهم والتعايش مع أعضاء الجماعة ، مهارات أساسية يجب توفرها في من يبحث عن فرصة عمل في إحدى المنظمات. فالفرد الذي يفتقر لمثل هذه المهارات ، سيجد فرص العمل قليلة أمامه ، وإن وجد لن يكون أداءه جيداً ، فالمطلوب

الآن موظف عامل...الخ إجتماعي قادر على التواصل الإيجابي مع الآخرين ، خاصة لنوعية معينة من الوظائف التي لها إحتكاك مستمر مع الجمهور كالعلاقات العامة ، المصارف، الإستعلامات ، الفنادق...الخ.

146-Interpretative Communication Approach مدخل الإتصال التفسيري

يُعد هذا المدخل محاولة لفهم ردة فعل المتصل به تجاه رسالة تصله من قبل المتصل ، كيف يفسرها ، وكيف يفهمها ، وكيف يستجيب لما هو مطلوب فيها ومتوقع . ينطلق هذا المدخل من معلومة مفادها : أن المتصل يتوقع أن يفهم المتصل به ما يريده من إتصاله ويستجيب لرسالته ، لكن السؤال هل هذا أكيد أن تكون الإستجابة حسب المتوقع . في الواقع الإجابة عن هذا السؤال تحتمل إجابة نعم أو لا في الوقت نفسه . فداخل المنظمة تحدث مئات الإتصالات بين أعضائها فبعضها تتم الاستجابة له وفق المتوقع وبعضها الآخر لا، ذلك لأن مسالة الإستجابة مرتبطة بمدى تفسير المتصل به وفهمه لما هو مطلوب في الإتصال أو الرسالة وإمكاناته وخصائصه الشخصية والظروف المحيطة به . لذلك يطلب هذا المدخل من المتصل أن يوضح ويفسر مضمون إتصاله للمتصل به ، ويتأكد من فهمه له بشكل صحيح ووفق ما يريده ويتوقعه من مستقبل إتصاله ، ويتأكد أيضاً من أن ردة فعله كانت حسب ما كان يتوقعه ويريده .

147-Interrelationship Recruitment الإستقطاب التعارفي

أسلوب تستخدمه المنظمات في مجال إستقطاب حاجتها من الموارد البشرية من طلاب الجامعات في السنة الأخيرة قبل تخرجهم منها، حيث تتفق معهم على توظيفهم لديها في وظائف معينة ولفترة زمنية محددة (غالباً في إجازة الصيف) يتعرفون خلالها على جو العمل في المنظمة المستقطبة وظروفه ، وفي المقابل تتمكن المنظمة من التعرف عليهم والحكم على أهليتهم للتوظيف لديها مستقبلاً بعد تخرجهم من جامعاتهم . ويتقاضى الطلاب خلال عملهم المؤقت لدى المنظمة راتباً محدداً فقط ، وهم لا يحصلون على أية مزية وظيفية تمنح للعاملين الدائمين لديها . وتجدر الإشارة بأن بموجب هذا الإتفاق لا تكون المنظمة ملزمة بتوظيفهم بعد إنتهاء فترة التوظيف التعارفي .

148-Interview مقابلة

إتصال شفهي شخصي يأخذ شكل لقاء يتم بين شخص يدعى بمنفذ المقابلة مع شخص آخر (أو مجموعة أشخاص) ، من أجل الحصول على معلومات منه مباشرة أو تزويده بمعلومات بشكل مباشر. وتستخدم المقابلة في كافة مجالات حياتنا ، وخاصة في مجال عمليات إختيار القوى العاملة للتعيين في المنظمات ، وتمتاز بأنها وسيلة مباشرة في جمع المعلومات والتزود بها .

149-Interview Body جسم المقابلة

يقصد به جوهر أو لب المقابلة الذي يعبر عن الأسئلة الأساسية والرئيسة التي سيطرحها منفذ المقابلة على الشخص الذي تجري مقابلته ، وبالتالي لا غنى عنها وتمس صلب موضوع المقابلة .

150-In-the Basket Training — التدريب في السلة

أسلوب يستخدم لتدريب الإداريين وخاصة مستوى الإدارة العليا ، بموجبه يزود المتدرب يومياً وطـوال فترة التدريب ببريد عمل فيه مواضيع شتى ومشاكل مختلفة ، ويطلب منه إبداء رأيه فيها وصنع قـرارات بشأنها . هذه الآراء والقرارات يجري تقييمها من قبل المدرب ، فتصحح له أخطـاءه ويوضـح لـه الآراء والقرارات النموذجية ، ليتعلم منها ويطبقها في حياته العملية عندما يصادف ما يشابهها .

151-In- Tray Training — التدريب في الصينية(السلة)

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

In –the Basket Training

التدريب في السلة

152-Intrinsic Motivation — دافعية داخلية

ويسميها بعضهم بالدافعية القوية التي جاء مفهومها عن طريق المفكرالسلوكي"فريديريك هيرزبج Frederick Herzberg" الذي وضح بأن الدافعية الإنسانية تتشكل من مصدرين خارجي وداخلي (باعث داخلي) الذي هو موضوع مصطلحنا هنا . فالدافعية الداخلية تعني أن دافع الفرد للعمل والسلوك نابع من داخله أو ذاته ومن قناعته الشخصية ، وبالتالي فالدافعية في هذه الحالة لا تتشكل ولا تتحرك بعوامل أو مؤثرات خارجية . فعندما نريد أن نعلم ونعود الطفل على الصلاة من الخطأ بمكان (وفق هذه الدافعية) أن نكافئه بالمال على الصلاة ، التي هي في هذه الحالة ليست نابعة من قناعته ، بل نعمل على إقناعه بأن الصلاة تدرأ عنه نار جهنم وأن ثوابها عند الله كبير. وقال هيرزبرج أن الشخص الذي لديه دافعية داخلية نجد أنه يدرك ذاته عادة ، ويسيطر على سلوكه وتصرفاته الشخصية ، ويرغب بالحوافز والإشباع المعنوي أكثر من المادي .

153-Introversive Management — الإدارة المنطوية على نفسها

هي التي لا تعطي إهتماماً كبيراً لمدى تأثير البيئة الخارجية في نشاط المنظمة وفاعليتها ، وينحصر إهتمامها الأكبر بالمتغيرات الداخلية فيها ، وإن أية عملية تطوير وتحديث وتحسين لعمل المنشأة يجب أن ينبع من داخلها ، وتقييم أدائها الجزئي والكلي يقوم على تحقيق معايير نابعة من قناعتها الذاتية ، والربح من وجهة نظرها يأتي من خلال الوفر في التكاليف ، وليس من خلال رضى الزبون والمجتمع والبيئة اللتان تعملان في كنفهما . ويمكن القول أن مسألة الرؤية لدى هذه الإدارة هي رؤية محدودة وقصيرة الأجل ، وليس لديها قناعة كافية بمسألة المفهوم الإستراتيجي ، ونظرتها التنظيمية نظرة جزئية وليست كلية ، حيث كل جزء في المنظمة له أهداف عليه أن يحققها ويُقَيَّمْ على أساس ذلك ، ويمكن القول أن هذه الإدارة تؤمن بأن المنظمة نظام مغلق .

154-Introversive Personality — شخصية إنطوائية

يتصف صاحب هذا النوع من الشخصية بالإنعزالية وعدم الإحتكاك مع الآخرين ومخالطتهم أو معاشرتهم ، وهو تواق كثيراً نحو الإستقلالية في عمله وحياته الخاصة ، ولا يقبل الصداقة مع الآخرين بسهولة ، وبالتالي فعدد أصدقائه قليلاً جداً في العادة ، ولا يبوح بأموره الشخصية للآخرين ، فهوكتوم لايعرف الآخرون إلا القليل عنه ، ولا يحب العمل الجماعي وعمل الفريق .

155-Intuitive Pricing Method — أسلوب تسعير المنتج بالتخمين أو الحدس

هو أحد أساليب تسعير السلع (أو الخدمات) الذي بمقتضاه يتم تحديد سعر السلعة من خلال الخبرة في ضوء الأسعار المنافسة ، والعرض والطلب في السوق ، وولاء المستهلك للسلعة وغيرها من العوامل .

156-Inventive Problem Solving Theory — نظرية حل المشكلات بشكل إبداعي

وضع هذه النظرية السوفيتي "Genrich S.Altshuller" عام 1946، الذي يرى أن المشكلات تنقسم إلى ثلاثة أنواع هي : تقنية ، مادية ، إدارية ، وقد قسم براءات الإختراع (الحلول) إلى خمسة مستويات على النحو التالي :

- حلول روتينية مألوفة .
- تحسينات بسيطة في النظام القائم وتستخدم حلولاً معروفة في الصناعة .
- تحسينات جوهرية في النظام القائم باستخدام طرق غير معروفة ضمن الصناعة لكنها معروفة في الصناعات الأخرى .
- تحسينات من خارج النظام القائم تعتمد على تطوير تكنولوجيا جديدة تحتوي على حلول متقدمة جداً وتحتاج إلى معارف وخبرات من مختلف أنواع العلوم ، وإحلال تقنيات جديدة بدلاً من الموجودة حالياً .
- الإكتشافات الجديدة النادرة والرائدة التي تؤدي إلى ظهور صناعات جديدة .

وأشار صاحب النظرية بأن براءات أو حلول المستوى الخامس تنقل إلى حلول المستويات الأدنى بعد أن تنشر .

157-Inventory Control — الرقابة على المخزون

يقصد بها المعالجة المادية للمخزون ذات الإنعكاس المالي ، حيث تعمل على الإحتفاظ بمخزون كافي ومتوازن من المواد والمستلزمات بأقل إستثمارات ممكنة ، بغرض تقليل تكلفة التخزين ، والمناولة ، ومخاطر التقادم والهلاك ، والتأمين ، وأسعار الفائدة ، ومخاطر تقلبات الأسعار . وتدخل مسألة تحديد الكمية الإقتصادية للشراء وتحديد مستويات المخزون اللازمة في مجال هذه الرقابة .

158-Inventory **المخزون**

كافة المواد (الأولية ، الخام ، القرطاسية ، مستلزمات العمل...الخ) والبضائع النصف مصنعة والمصنعة الموجودة أو التي تحتفظ بها المنظمة في مخازنها .

159-Inventory Availability Record **سجل الموجودات المخزنية**

قائمة مبوبة توضح أرصدة ما هو موجود من سلع ومواد وغيرها في المخزن ، حيث تبين أسماءها ، ورموزها ، وكمياتها ، وأماكن تخزينها داخل المخزن .

160-Inventory Financing **التمويل المالي بضمان المخزون**

قرض تحصل عليه المنشأة من المصرف برهن أو بضمان البضاعة الموجودة لديها ، ويكون هذا القرض لفترة زمنية قصيرة ، لذلك يعد تمويلاً قصير الأجل .

161-Inventory Policy **سياسة المخزون (التخزين)**

تحديد مستويات (كميات) الأصناف التي ستخزنها المنشأة في مستودعاتها ، بشكل تضمن لها إستمرارية العمل فيها في ضوء الظروف والمتغيرات الداخلية والخارجية (السوق) وهذه المستويات مايلي :

- المستوى الإحتياطي : وهي الكمية التي يجب الإحتفاظ بها من الصنف وعدم مساسها إلا عند الضرورة .
- مستوى إعادة الطلب : وهي الكمية التي عندما يصل إليها رصيد الصنف يتوجب القيام بشرائه.
- المستوى الأعلى : وهي الكمية التي يجب أن لا يتجاوزها رصيد الصنف ، فالتجاوز يعني وجود كمية إضافية ليست المنظمة بحاجة إليها .

162-Inventory Skills **قائمة جرد المهارات**

نظام محوسب يتضمن معلومات تتعلق بالمهارات المتوفرة لدى العاملين في المنظمة ، حيث يكون لكل واحد منهم قائمة خاصة به تشتمل على ما يلي :

- معلومات شخصية عنه .
- خبرته السابقة .
- المعرفة المتوفرة لديه .
- مهاراته .
- مؤهلاته العلمية .
- دورات التدريب التي حضرها .
- نتائج تقييم أدائه .

- مسار خدمته ومستقبله الوظيفي المتوقع في المنظمة .

163-Investment **إستثمار**

مبلغ من المال يوظف في مشروع أعمال (صناعة ، تجارة ، خدمات ، شراء أسهم...الخ) من أجل تحقيق عائد مالي بعد فترة زمنية . ويرتبط بهذا التعريف بعدين إثنين هما : الزمن أي الإرتباط بالمستقبل لأن العائد لا يتحقق إلا بعد مضي فترة زمنية . والمخاطرة لأن العائد المستقبلي غير مؤكد. والإستثمار يكون في مجالين إثنين : الأول في الأصول بشقيها الثابت والمتداول ، والثاني مالي ، أي الإستثمار في الأوراق المالية في البورصات والأسواق المالية .

164-Investment Banks **مصارف الإستثمار**

يختص هذا النوع من المصارف بتمويل المشاريع والأنشطة الإستثمارية وعلى مختلف أنواعها ، التي تسهم في عملية التنمية الإقتصادية ، وتعمل على دعم المستثمرين وتشجيعهم على الإستثمار ، ومدهم بالمعلومات والتسهيلات الإئتمانية المناسبة واللازمة لهم .

165-Investment Banking Service **خدمة الإستثمار المصرفي**

هي إحدى الخدمات التي تقدمها المصارف للشركات الجديدة والقديمة في سبيل توفير رؤوس الأموال التي تحتاجها ، وذلك من خلال تحضير وبيع الإصدارات من الأسهم والسندات ، والإكتتاب عليها ، أو بيعها لجمهور المستثمرين .

166-Investment-Crowding-Out **طارد الإستثمار**

عملية مالية حكومية من شأنها أن تدفع الإستثمارات إلى الهروب ، وملخص هذه العملية مايلي: قيام الحكومة بإصدار سندات مالية حكومية وبيعها للمستثمرين والمصارف بسعر فائدة أعلى من السعر السائد. هنا يحدث أمران : الأول وهو إنخفاض حجم السيولة النقدية لدى المصارف بسبب شرائها للسندات ، مما يضعف من قدرتها على منح القروض من أجل تمويل المشاريع الإستثمارية ، وهذا يقلص من حجمها . الثاني هو أن سعر الفائدة العالي سيؤدي إلى إحجام المستثمرين عن الإقتراض من المصارف من أجل تمويل مشروعاتهم الإستثمارية ، ويدفعهم إلى إستثمار مضمون بدون مخاطر وبسعر فائدة عالي وهو شراء السندات .

167-Invisible Hand in the Market **اليد الخفية في السوق**

يعبر هذا المصطلح عن مفهوم آلية السوق التي تقدم بها العالم الإقتصادي "آدم سميث Adam Smith" في كتابه الشهير ثروة الأمم سنة 1776، حيث يشير فحواها إلى ما يلي : لا حاجة لتدخل الحكومة في تنظيم آلية العرض والطلب في السوق من أجل إحداث التوازن بينهما ، لأن السوق ينظم نفسه ، بمعنى أن

السوق يجب أن يكون حراً. وأشار سميث إلى أن قيام كل فرد بالمجتمع بالتصرف الإقتصادي الرشيد بتعظيم عوائده ومنافعه في ظل إقتصاد حر، فإن ذلك سيضمن بأن تعود المنفعة على المجتمع بشكل عـــام ، وهـــذه الحالة لن تتحقق إلا في ظل المنافسة الكاملة الحرة .

168-Invisible Trade — التجارة غير المرئية

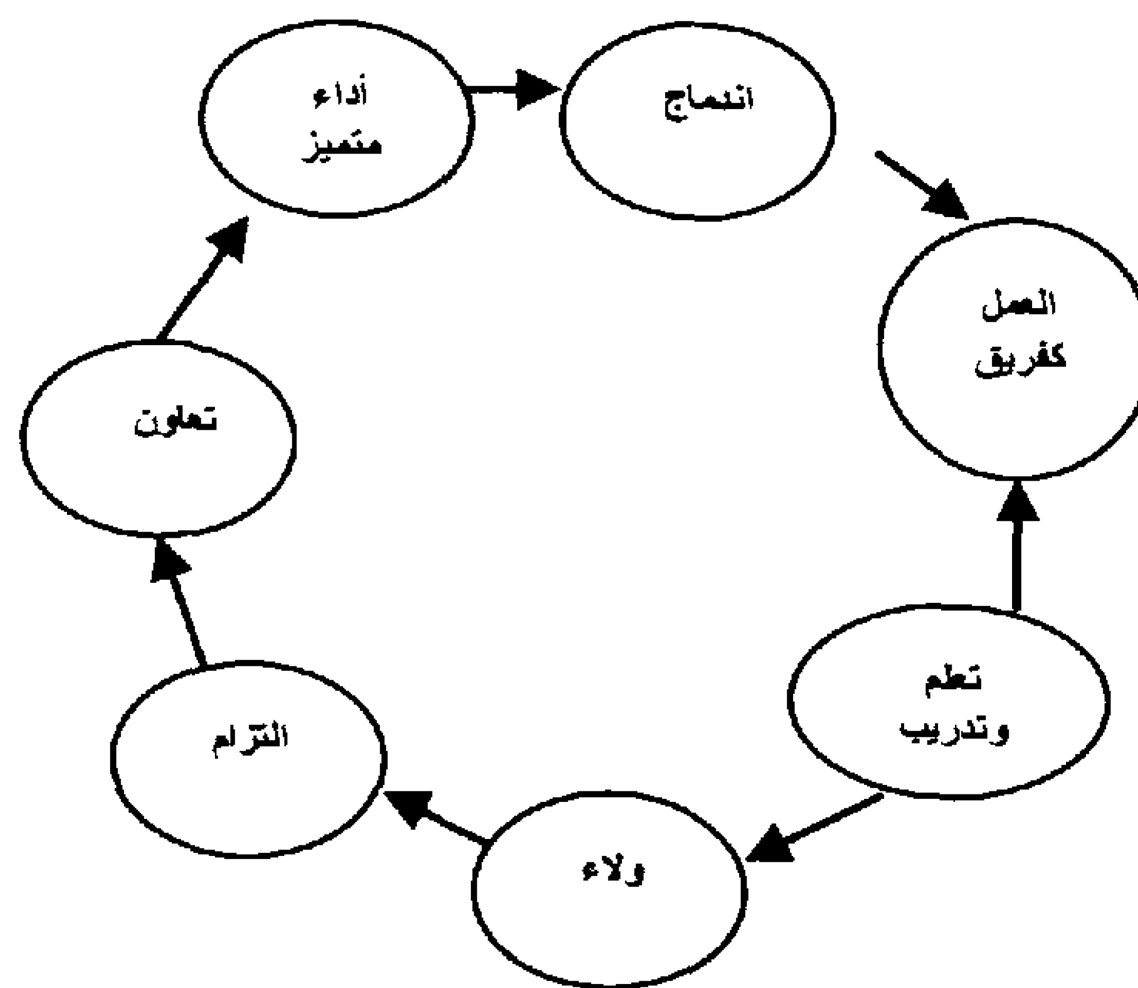
يقصد بها تجارة الخدمات بشكل عام ومثال عليها : الخدمات المصرفية ، والتقنية ، والإعلانيـــة ، وبيـــع وشراء حقوق الملكية وماشابهها . يفهم من ذلك أن هذه التجارة لا تقاس بوحدات كمية ، ولا يقصد بهـــا التجارة الممنوعة كالتهريب مثلاً .

169-Involved Employees — العاملون المندمجون

يقصد بالإندماج هنا أن العاملين يشعرون بأنهم جزء من المنشأة العاملين فيها ، وتجد لـــديهم الإخـــلاص والتفاني في العمل ، الناتج عن وجود إنتماء للمنشأة ، الذي ينتج عنه الولاء لها والإلتزام نحوها . ويتحقـــق هذا الإندماج من خلال تطبيق المنظمة لإستراتيجية تحفيز فعالة ، تجعل العاملين يشعرون بأن المنظمة هـــي إمتداد لمنازلهم ، فنجاحها يعني نجاحهم ، والخير الذي يأتيها سيأتي عليهم وعلى عائلاتهم .

170-Involvement Commitment Cycle — حلقة (دائرة) الإندماج والإلتزام

يستخدم هذا المصطلح في مجال إستراتيجية إدارة الموارد البشرية ويعبر عن هدفها الذي تسعى إلى تحقيقه ويشير إلى مفهوم أساسي مفاده: الفرد الأكثر إندماجاً في العمل والمنظمة ، يكـــون أكثـــر ولاء والتزامـــاً وبالتالي يكون أكثر إنتاجية ، والإلتزام هو نتيجة للولاء . من هذا المنطلق تعتبرحلقة الإنـــدماج والإلتـــزام وسيلة لتحسين الأداء التنظيمي في المنظمات . وتتكون هذه الدائرة من حلقات متسلسلة مترابطـــة علـــى النحو التالي:



171-Irredemable Bonds — سندات غير قابلة للإسترداد قبل موعد إستحقاقاتها

هي السندات التي يُنص في شروط إصدارها ، أنه لا يمكن أن تدفع الشركة قيمتها أو الجهة التي أصدرتها لمالكها قبل موعد إستحقاقها .

172-Irrevocable Credit الإعتماد المستندي غير القابل للنقض

إعتماد يُفتح لدى مصرف في الخارج (في دولة أخرى) بشروط وأحكام لا يجوز الرجوع عنها من قبل المصرف فاتح الإعتماد ، إلا بموافقة المستفيد .

173-Islamic Banks المصارف الإسلامية

تقوم هذه المصارف بأعمالها وفق أحكام الشريعة الإسلامية التي في مقدمتها عدم التعامل بالفائدة سواء الدائنة أو المدينة . وتتلقى أموال المودعين بموجب وكالة خاصة أو عامة ، فبموجب الوكالة الخاصة يتم توظيف أموال المودع في مشروع معين يقترحه المصرف ويقبله المودع ، وهنا يتحمل الأخير المخاطرة والخسارة في حالة حدوثها ، كما أنه يحصل على الأرباح في حالة تحققها ، ويمكن للمودع أن يحصل على أمواله عند إنقضاء المشروع . بينما تقضى الوكالة العامة بقيام المصرف بتوظيف الأموال المودعة لديه في النشاط الذي يراه مناسباً ضمن حدود المدة التي يرغب المودع بها . ومقابل ذلك يحصل المصرف على الأجر المناسب لقاء قيامه بأعمال الوكالة نيابة عن المودعين . وتستثمر المصارف أموال المودعين عموماً في مجال المضاربة ، والمشاركة ، والمرابحة .

174-Islamic Management Theory نظرية الإدارة الإسلامية

إستُمِدتْ مفاهيم وأفكار النظرية الإسلامية من القرآن الكريم ، والسيرة النبوية الشريفة ، وسيرة الخلفاء الراشدين رضي الله عنهم ، وكان ذلك في العقد السادس وما تلاه من القرن العشرين الماضي ، حيث قام المهتمون في هذا المجال بتحليل ومناقشة الفكر الإداري الإسلامي ، وتوصلوا إلى نتائج هامة أهمها مايلي :

- أهمية الجدارة في الإدارة والعمل .
- أخلاقيات الأعمال .
- الإدارة الديمقراطية (الشورى) .
- الإهتمام بالعلاقات الإنسانية .
- العدالة والمساواة .
- الإدارة الجوالة .
- التركيز على الرقابة الذاتية والضمير.
- شمولية الإدارة والتركيز على التخطيط ، والتنظيم ، والتوجيه ، والرقابة .
- العالمية ، حيث تصلح مفاهيمها لكل زمان ومكان .

175-ISO (9000) 1994 أيزو(9000) للجودة لعام 1994

مصطلح مختصر لـ" International Standardization Organization " وهي المنظمة العالمية للمقاييس والمعايرة" التي قامت بوضع معايير عالمية لنظام إدارة الجودة في أية منظمة سواء أكانت إنتاجية أو

خدمية على المستوى العالمي . إذ لم يعد كافياً ضمان جودة المنتج أو الخدمة فحسب ، بل يتطلب الأمر ضمان نظام جودة كامل في المنظمة وإستمراريته وفق المواصفات (المعايير) المطلوبة من قبل هذه المنظمة . فالمواصفات القياسية الدولية أيزو (9000) لعام 1994 التي وضعتها هذه المنظمة ، جاءت لتوحد ما يجب أن يكون عليه نظام إدارة الجودة عالمياً وفي أية منظمة كانت . وتشتمل الأيزو (9000) على سلسلة من المعايير على شكل شهادات جودة لكل منها رقم خاص بها وهي 9001-9002-9003 ،حيث لكل من هذه الشهادات معايير خاصة بها ، فأية شركة توفر معايير إحدى هذه الشهادات بإمكانها الحصول عليها. وبالتالي فالأيزو (9000) هو دليل ومرشد للشركات يوضح لها مجالات تطبيق المقاييس العالمية لديها ، لتتمكن من الحصول على إحدى شهادات هذه المنظمة .

أيزو (9004) 1994 **176-(ISO) 9004 1994**

هو مرشد أصدرته المنظمة العالمية للمعايير أو المقاييس عام (1994) ليكون دليلاً للشركات في العالم لتطبيق معايير الجودة التي وضعتها هذه المنظمة ، للحصول على إحدى شهاداتها للجودة وهي 9001-9002-9003 ، وقد صدر هذا الدليل آنذاك على شكل نظام سمي بنظام إدارة الجودة (QMS) .

شهادة أيزو (9001) للجودة 1994 **177-(ISO 9001) Certification**

هي إحدى شهادات الجودة التي كانت تصدرها المنظمة الدولية للمعايير قبل عام (2000) وكانت تمنحها للشركات التي تطبق معايير الجودة الخاصة بهذه الشهادة ، حيث خصصت هذه الشهادة للشركات الصناعية التي يبدأ عملها من مرحلة التصميم الهندسي للمنتج حتى مرحلة ما بعد بيعه للمستهلك ، وكذلك مرحلة تحسين المنتج وتجديده . وتشتمل هذه الشهادة أو المواصفة على (20) معيار للجودة ، حيث لا يكون بإمكان الشركة الحصول على هذه الشهادة إلا بعد أن تطبق هذه المعايير .

شهادة أيزو (9002) للجودة 1994 **178-(ISO 9002) certification 1994**

هي إحدى شهادات الجودة التي كانت تصدرها المنظمة الدولية للمعايير أو المقاييس قبل عام (2000) ، وكانت تمنحها للشركات الصناعية التي يقتصر نشاطها على إنتاج السلعة وتحسينها وتطويرها وبيعها فقط دون أن يشتمل على التصميم الهندسي . وتضم هذه الشهادة (أو المواصفة) (18) معياراً للجودة ، حيث لا يكون بإمكان الشركة الحصول على هذه الشهادة إلا بعد أن تطبق هذه المعايير .

شهادة أيزو (9003) للجودة 1994 **179-(ISO 9003) certification 1994**

هي إحدى شهادات الجودة التي كانت تصدرها المنظمة الدولية للمعايير أو المقاييس قبل عام (2000) ، وكانت تمنحها للشركات الصناعية التي يقتصر عملها في مجال الفحص النهائي للمنتج وإختبار جودته ، وتتضمن (12) معياراً للجودة ، وهي مفروضة التطبيق على الشركات التي تود الحصول على هذه الشهادة .

180-ISO 9001-2000 Certification — شهادة أيزو (9001) لعام 2000

شهادة (مواصفة) جودة عالمية تصدرها المنظمة الدولية للمعايير أو المقاييس ، وهي تعديل لشهادة الأيزو(9000) لعام 1994 . تتضمن هذه الشهادة (16) معياراً عاماً شاملاً للجودة ، يطلب من الشركة التي تود الحصول عليها تطبيق المعايير التي تتوافق مع طبيعة عملها ، ويتم تقدير ذلك من قبل خبراء هذه المنظمة . وتركز هذه المعايير على الجوانب التالية :

- خدمة المستهلك أو الزبون .
- القيادة .
- العنصر البشري في العمل .
- جودة العمليات الإنتاجية .
- القياس والتحليل والتحسين المستمر للجودة .
- الموارد المستخدمة وإدارتها .

181-ISO 9000-2000 — أيزو(9000) لعام 2000

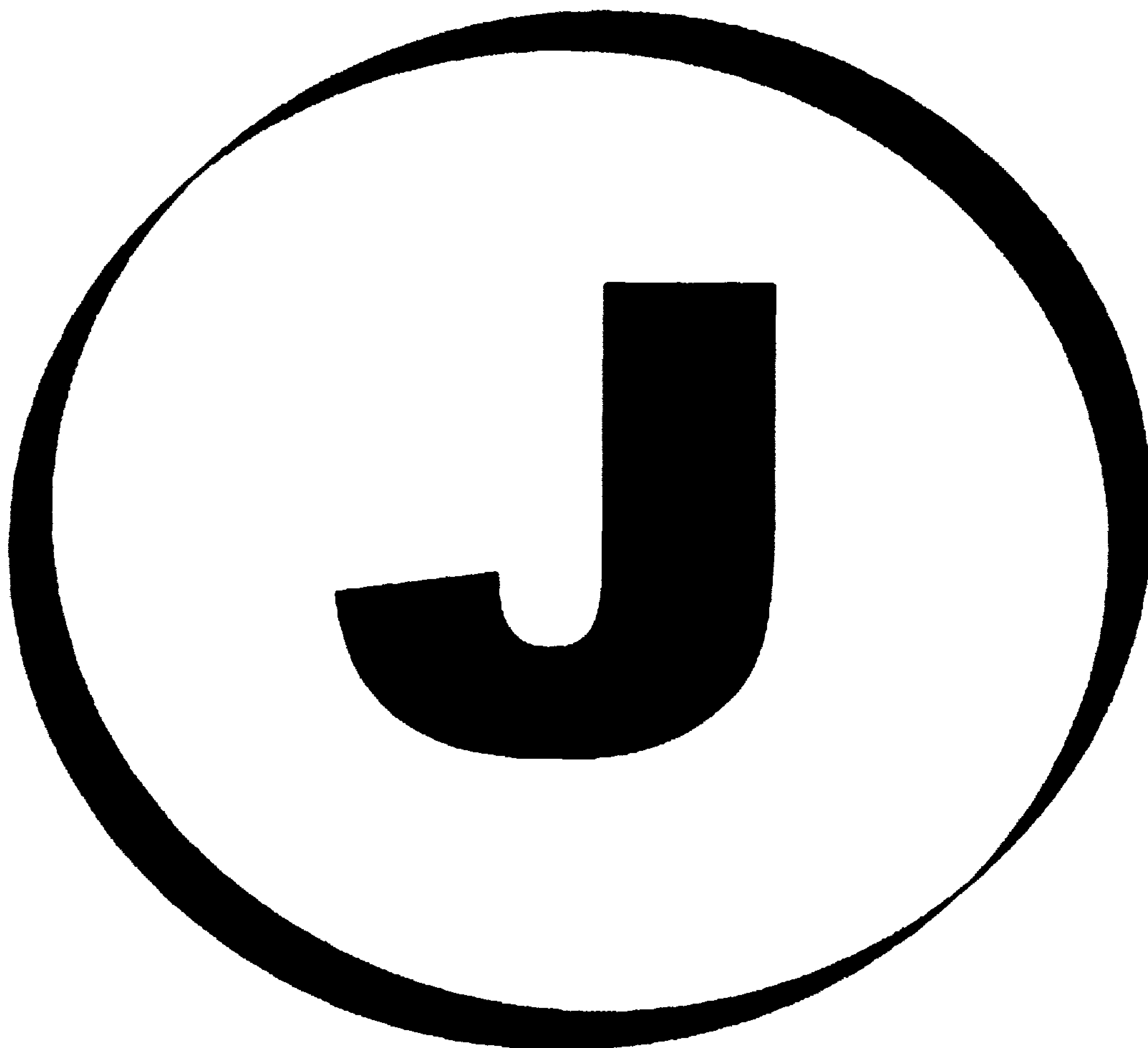
دليل أصدرته المنظمة الدولية للمعايير والمقاييس عام (2000)، ليكون مرشداً للشركات التي تود الحصول على شهادة (مواصفة) الجودة الجديدة التي أصدرتها هذه المنظمة عام (2000) . ويشتمل هذا الدليل على المعايير المطلوب تطبيقها ، وكيفية تطبيقها ، وكيفية الحصول على هذه الشهادة .

182-ISO 13485 Certification — شهادة جودة صناعة الدواء والأجهزة الطبية رقم 13485

مواصفة جودة عالمية تمنحها منظمة المواصفات الدولية في مجال خدمة وتأسيس معامل صناعة الدواء والأجهزة الطبية ، وشروط أو معايير منحها منبثقة من مواصفة الأيزو 9001 لعام 2000 . إن الحصول على هذه الشهادة يمنح الثقة لمصانع الدواء والأجهزة الطبية ، والموزعين ، والمستوردين ، والمصدرين ، ومراكز خدمة الأجهزة الطبية .

183-(ISO 14000) Certification — شهادة أيزو (14000) لجودة البيئة

إحدى شهادات الجودة التي تصدرها المنظمة العالمية للمعايرة أوالمقاييس ، هذه الشهادة (أو المواصفة العالمية) توفر للمنظمات إطارا متكاملاً على شكل نظام يتضمن معايير محددة تهدف إلى حماية البيئة ، وهذه المعايير يتوجب على المنظمات توفيرها في سلعها وخدماتها، وفي عمليات التصنيع التي تنفذها ، لكي تحصل على هذه الشهادة . ولا شك أن المنظمة التي تحصل على هذه الشهادة أو المواصفة ، هي بمثابة الدعاية لها في المجتمع المحلي والدولي ، حيث تعزز ثقة المستهلك بها ، ويكون أداءها متماشياً مع قوانين حماية البيئة العالمية .


J

نموذج جيمس موني وآلان رايلي 1- James Moony and Alen Reily Model

يعتبر هذين المفكرين من رواد الفكر الكلاسيكي في الإدارة ، وكانا يعملان في شركة جنرال موتورز الأمريكية ، حيث ركزا في نموذجهما على الجانب الفني في عمل المديرين دون التركيز على الجانب الإنساني ، وإشتمل هذا النموذج على أربعة مبادئ هي ما يلي:

- التنسيق : ويقوم على أساس وحدة العمل في سبيل تحقيق هدف محدد ، ويحتاج إلى سلطة وقيادة قادرة على تحقيقه ، وتواجد روح معنوية عالية سائدة بين الأفراد التي هي مناخ صالح للتنسيق .
- التدرج الهرمي : وهو ما يسمى بتسلسل الرئاسة والسلطة ، ويشير إلى تقسيم السلطة رأسياً من قمة الهرم التنظيمي إلى قاعدته ، ويشتمل على تحديد المهام والمسؤوليات والسلطات وتكليف الرؤساء بها.

وعليه فمبدأ التدرج ينطوي على بل يحتاج إلى العمليات التالية :

- القيادة في مراكز محددة لصنع القرارات .
- تفويض للسلطة من القمة للقاعدة .
- تحديد مهام ومسؤوليات وسلطات الوحدات الإدارية التي تنبع منها مهام وسلطات رؤسائها.

- المبدأ الوظيفي: ويعبر عن مفهوم التخصص الوظيفي .
- المشورة والتنفيذ : يشير هذا المبدأ إلى أن السلطة التنفيذية هي التي تصدر أوامر ملزمة التنفيذ ، أما المشورة فهي تمثل النصيحة والرأي ، وبالتالي فهي غير ملزمة بل إرشادية ، وكل منظمة تحتاج إلى كلا النوعين من السلطة التنفيذية والإرشادية ، ولا يمكن الإستغناء عنهما .

مدرسة الإدارة اليابانية 2-Japaness Management School

تركز المدرسة اليابانية في الإدارة على مفاهيم تهدف إلى إحداث تكيف إجتماعي تعاوني مميز بين الأفراد داخل المنظمة ، بشكل يكون متماشياً ومتوافقاً مع الفلسفة الإدارية التي تؤمن بها ، ومع القيم الإجتماعية السائدة بين الأفراد ، التي إكتسبوها وشربوها من المجتمع الذي عاشوا ويعيشون فيه . والمدرسة اليابانية تنظر إلى المنظمة على أنها سلوك إنساني إجتماعي جماعي تندمج فيه أنماط السلوك الفردي في سلوك جماعي كلي ، على شكل كيان إجتماعي تعاوني متآلف ومنسجم ، تذوب فيه المصلحة الشخصية لأكبر حد ممكن، ليحل محلها المصلحة العامة والنفع العام لأعضاء المنظمة وللمجتمع بشكل عام . وهذا الإندماج لا يأتي عن طريق القسر أو الإجبار ، بل يأتي عن طريق زرع القناعة في نفوس أعضاء المنظمة بالعمل والجهد الجماعي التعاوني ، وبفلسفة إدارية قائمة على أساس النهج الديموقراطي والمشاركة ، وأن المنظمة مكان للعمل والحياة معاً ، وإندماج وإنصهار للأهداف الفردية ، لتشكل أهدافاً جماعية ، يسعى الجميع بشكل متعاون متآزر لتحقيقها ، فنجاح المنظمة يعني نجاح الجميع والخير والفائدة تعم الكل .

3-Japaness Management Theory — نظرية الإدارة اليابانية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Japaness Management School

مدرسة الإدارة اليابانية

4-Japanization — اليابانية

يشير هذا المصطلح إلى النهج أو النمط الياباني في إدارة العمل والناس وتصميم وتنظيم الإنتاج في المنظمات ، الذي طبقته المنظمات الأمريكية والبريطانية وبشكل خاص شركة "لوكاس الكهربائية البريطانية Lucas Electrical "، حيث يركز هذا النمط على مسألة الجودة الشاملة ، وأسلوب فريق العمل ، وتنمية روح الإنتماء والولاء لدى العاملين من خلال إستراتيجية حوافز مدروسة . وتجدر الإشارة إلى أن هذا المصطلح أطلقته المنظمات البريطانية على النمط الياباني .

5-Jeopardy of Management — الخطر الإداري

ويسميه بعضهم بالمأزق الإداري الذي يشتمل على قصور وضعف في ثلاثة أركان أساسية تشكل خطراً وتهديداً للمنشأة هي :

- قصور الإنجازات : المحقق أقل من المخطط .
- قصور القدرات : الممكن والمتاح أقل من ما هو مطلوب .
- قصور التطوير : حجم وسرعة الإستجابة للتغيرات البيئية ضعيف وبطيء .

6-Job — عمل أو وظيفة

مهمة ومسؤولية مكونة من عدد من المهام والمسؤوليات الجزئية المتكاملة مع بعضها ضمن إطار واحد ، من أجل تحقيق هدف واضح ومحدد . ويؤدي العمل عادة إما شخص واحد أو عدة أشخاص ، ويتوقف ذلك على حجم المهمة (العمل) وحجم مسؤوليتها . فعندما يكون لدى المنظمة عمل محاسبي ، فهذا لا يعني أن هذا العمل يمكن أن يؤدى من قبل محاسب واحد أو اثنين ، فقد يؤدى بهذا العدد أو أكثر منه ، فالعدد يتوقف كما ذكرنا على حجم العمل وأعبائه ومسؤولياته .

7-Job Analysis — تحليل العمل

عملية منظمة تعتمد على نتائج تصميم العمل ، يتم بموجبها جمع معلومات عن مهام الوظائف ومسؤولياتها والظروف المادية والنفسية المحيطة بها ، وذلك من خلال مصادر معلومات متعددة هي : ملاحظة أداء شاغل الوظيفة ، الرؤساء المباشرين ، نتائج تحليل الوظائف في المنشآت المشابهة، إستقصاء رأي شاغل الوظيفة ، الإستعانة بخبرة مستشارين في مجال تحليل الوظائف . وبعد جمع المعلومات يجري تحليلها ومن ثم تلخيص نتائج التحليل للوصول إلى نتيجتين :

- وصف الوظيفة ويشتمل على تحديد ماهية الوظيفة ، مهامها ، مسؤولياتها ، صلاحياتها ، الجهد المطلوب لأدائها ونوعيته ، التعب المصاحب لها ، المخاطر المصاحبة لها ، الأدوات والأجهزة المستخدمة فيها ، النتائج المتوقعة منها .
- محددات أو مواصفات شاغل كل وظيفة في ضوء نتائج وصف الوظيفة : المؤهل العلمي ، المهارة ، الخبرة ، الحالة الصحية ، العمر ، الجنس .

8-Job Analysis -Checklist Approach — تحليل العمل بوساطة مدخل قوائم المراجعة

يتم التحليل من خلال هذا المدخل عن طريق إعداد قائمة تشتمل على مجموعة كبيرة من العبارات المتنوعة التي تصف أبعاد ومكونات أوعناصر مجموعة معينة من الأعمال أوالوظائف المتشابهة من حيث طبيعتها ومسؤولياتها وظروفها ، وبالتالي فهي لا تصف عملاً أو وظيفة معينة أو محددة ، بل تصف مجموعة وظائف متشابهة مثل : أعمال المحاسبة ، أعمال البرمجة ، الأعمال الكتابية ...الخ ، وهذا يعني أن لكل مجموعة من الوظائف قائمة خاصة بها . ويتم تحليل الوظائف أو الأعمال كل مجموعة على حده ، عن طريق مقارنة طبيعة الوظائف المراد تحليلها مع عبارات القائمة التي تنتمي إليها ، حيث يضع المحلل إشارات بجانب العبارات التي تنطبق على الوظيفة أو العمل الذي يجري تحليله ، وبالتالي فالعبارات التي وُضع بجانبها الإشارات تمثل وصفها وتحليلها .

9-Job Analysis /Person Analysis Method — أسلوب تحليل العمل / تحليل الشخص

أحد الأساليب المستخدمة في مجال تحديد الإحتياجات التدريبية ، بموجبه يتم مقارنة متطلبات الوظيفة من خلال وصفها الوظيفي مع نتائج تقييم أداء شاغلها وإمكاناته الحالية ، فإذا كانت النتائج والإمكانات أقل مما هو مطلوب لأداء الوظيفة أو العمل ، دل ذلك على وجود حاجة تدريبية لدى شاغل الوظيفة .

10-Job Applicant — طالب التوظيف

هو الشخص الذي يتقدم للعمل أو التوظيف في المنظمة ولوظيفة معينة ، ولديه الشروط المطلوبة من قبلها من أجل التعيين .

11-Job Application — طلب التوظيف

إستمارة على شكل نموذج مطبوع تشتمل على ورقة أو أكثر ، فيها إستفسارات يتوجب على طالب العمل أوالتوظيف أن يستوفيها بنفسه . وتشتمل هذه البيانات على: الإسم ، العمر، العنوان ، المؤهلات العلمية ، المهارات ، الخبرة ... الخ . وطلب التوظيف هو تعبير مادي من قبل صاحبه عن رغبته للعمل في وظيفة معينة في المنظمة .

12-Job Autonomy — إستقلالية العمل أو الوظيفة

إحدى الصفات أو العناصر التي يجب أن يوفرها تصميم العمل الجيد في الأعمال أو الوظائف التي يقوم بتصميمها ومفادها : أن توفر الوظائف لشاغليها درجة مقبولة من الإحساس بالحرية والإعتماد على الذات في ممارسة مهامها ، بحيث تتيح لهم المجال لأن يضعوا جدول عملهم بأنفسهم ، وأن يقرروا إجراءات عملهم التي يحتاجون إليها عند تنفيذ مهامهم .

13-Job Breakdown — تجزئة (تفكيك) العمل

ويسميه بعضهم بتفتيت العمل ، ويقصد به سرد مفصل لمكونات العمل أو الوظيفة الواحدة ، أي توضيح الجزئيات أو الخطوات أو المراحل التي يتكون منها . وتستخدم التجزئة بشكل خاص في مجال تحديد وسائل حماية العاملين من مخاطر أعمالهم من خلال دراسة كل جزئية ومعرفة نوعية الخطر المصاحب لها ، وكذلك يستخدم في مجال تبسيط العمل ، حيث تحلل الجزئيات لمعرفة ما هو الضروري منها لإبقائه وغير الضروري لاستبعاده وتصميم طرق أداء العمل بأقصر زمن وأسهل أسلوب .

14-Job Card — بطاقة العمل

بطاقة يسجل فيها تفاصيل العمل المنجز فيوضح فيها عدد الوحدات المنتجة ، والوقت أو الزمن الذي إستغرقه إنتاجها ، والآلات التي إستعملت فيها وغير ذلك من المعلومات .

15-Job Characteristics — خصائص الوظيفة أو العمل

هي الصفات التي يتصف بها العمل أو الوظيفة والتي تميزها عن الوظائف أو الأعمال الأخرى . فعلى سبيل المثال ، تتصف وظيفة رجل العلاقات العامة بالحركية ، والإنفتاحية ، والإحتكاك مع الآخرين . في حين تتصف وظائف الديوان والأرشفة بالروتين والتكرار وقلة الحركة .

16-Job Characteristics Theory — نظرية خصائص العمل أو الوظيفة

إتجاه حديث يطبق في مجال تصميم الأعمال والوظائف ، ويشير إلى ضرورة توفير الوظائف لشاغليها خمس خصائص أساسية ، لتحقق لهم الرضى النفسي وهذه الخصائص ما يلي :

- تحديد المهمة بوضوح .
- إتاحة الفرصة لأن يستخدم شاغل الوظيفة مهارات متعددة .
- أن تُشْعِرَ الوظيفة شاغلها بأهمية العمل أو المهمة التي يؤديها .
- أن توفر الوظيفة لشاغلها الإستقلالية والشعور بالمسؤولية عن إنجاز عمل ما .
- أن يعرف شاغل الوظيفة نتائج عمله ويسمى ذلك بالتغذية العكسية ، لكي يستفيد منها ويصحح أخطاءه ويطور أداءه .

17-Job Classification — تصنيف الوظائف أو الأعمال

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Job Grading Method

طريقة تدرج الوظائف

18-Job Description — وصف الوظيفة أو العمل

يمثل الشق الأول من تحليل العمل أوالوظائف الذي يعمل على جمع معلومات عن كل وظيفة من مصادر متعددة هي : شاغل الوظيفة نفسها ، الرئيس المباشـــر ، وصف الوظيفـــة في المنشآت المشابهة ،حيث بعد جمع هذه المعلومات تحلل وتلخص لتبين ما يلي : مهام ومسؤوليات وصلاحيات الوظيفة، الظروف المناخية التي تؤدى فيها ، المخاطر المصاحبة لها ، مدى صعوبتها ، الجهد اللازم لأدائها ، علاقتها مع الوظائف الأخرى ، الأدوات والآلات المستخدمة فيها ، وضعية أدائها..الخ .

19-Job Description Card — بطاقة وصف الوظيفة

بيان مكتوب يُوضح فيه نتائج تحليل الوظيفة ، وتقسم عادة إلى ثلاثة أقسام هي :

- القسم الأول: ويتضمن معلومات عامة عن الوظيفة مثل مسماها الوظيفي ، مستواها الإداري، مرتبتها الوظيفية...الخ .
- القسم الثاني : ويتضمن مهام ومسؤوليات وصلاحيات الوظيفة ، والظروف المادية والإجتماعية الـــتي تؤدى فيها .
- القسم الثالث: المواصفات والإشتراطات المطلوب توفرها في شاغل الوظيفة كالعمر، المؤهل العلمـــي ، المهارة ، والخبرة السابقة...الخ .

20-Job Design — تصميم العمل

نشاط يتم من خلاله تحديد إطار تنفيذ أعمال المنظمة ، ويتم ذلك من خلال ما يلي :

- تحديد إطار العمل (أو الوظيفة سواء أكانت رئيسة أم فرعية) ، وهدفه والإنجازات المطلوبة منه .
- تحديد خصائص العمل والظروف التي يؤدى فيها .
- تحديد المراحل أو الخطوات التي ينفذ العمل من خلالها من بدايته وحتى نهايته .
- تحديد معايير أداء العمل .
- تحديد طريقة أداء العمل بكافة مراحله أو خطواته .
- تحديد الآلات والأدوات التي ستستخدم في أداء العمل وطريقة إستخدامها .

21-Job Enlargement Approach — مدخل توسيع العمل

أحد المداخل المستخدمة في مجال تصميم الأعمال أو الوظائف ، حيث يعتمد على توسيع نطاق مهام عمل الفرد إما داخل تخصصه (أي إضافة مهام لعمله الأصلي) ويسمى هنا بمدخل توسيع العمل أفقياً ، أو توسيع نطاق عمله خارج نطاق تخصصه ويسمى هنا بمدخل توسيع العمل عمودياً . والغاية من هذا المدخل هو إبعاد الفرد عن الشعور بالروتين والملل جراء ممارسته لمهام بسيطة متكررة .

22-Job Elements عناصر الوظيفة أو العمل

ويسميها بعضهم بعوامل Factors الوظيفة ، وتمثل متطلبات أو عناصر الوظيفة التي على أساسها يتم تقييمها لتحديد التعويض المناسب لها ، وكذلك على أساسها يتم إختيار الفرد المناسب لشغلها مثل : المهارة ، المقدرة الذهنية والجسدية ، والأحوال والظروف المحيطة بها ...الخ .

23-Job Enrichment Approach مدخل إغناء أو إثراء العمل أو الوظيفة

يقصد به توسيع نطاق العمل أو الوظيفة التي يؤديها الفرد عمودياً ، عن طريق إضافة مهام ومسؤوليات جديدة خارج نطاق تخصصه الأصلي الضيق ، بحيث تسمح له باستخدام مهارات وقدرات متعددة لديه ، وبشكل تجعل عمله وحدة متجانسة فيه إثارة ، وليشعر بالأهمية والإنجاز . ويمكن القول أن هذا المدخل يؤكد على أهمية الجانب النفسي والإجتماعي في أداء العاملين لأعمالهم .

24-Job Environment بيئة العمل

هو المكان الذي يمارس فيه العاملون أعمالهم المختلفة داخل المنظمة وما يشتمل عليه من عوامل مادية ونفسية وإجتماعية ، وبالتالي تنقسم بيئة العمل في أية منظمة إلى قسمين : الأول بيئة العمل المادية ، ويقصد بها الظروف المناخية والمادية التي تمارس فيها الأعمال كالتهوية ، الإضاءة ، النظافة ، الترتيب ..الخ. الثاني بيئة العمل النفسية والإجتماعية وهي بيئة غير ملموسة ويقصد بها الظروف المعنوية التي يمارس العاملون فيها أعمالهم ، وتشتمل على جوانب كثيرة يدور معظمها حول التحفيز المعنوي مثل : ديموقراطية الإدارة ، القيادة الإدارية ، المعاملة الحسنة ، العلاقات الطيبة مع العاملين ، موضوعية التعامل مع العاملين ....الخ .

25-Job Evaluation تقييم العمل أو الوظائف

عملية تُصمم وتنفذ من أجل تحديد الأهمية النسبية لوظائف المنظمة . ويقصد بالأهمية هنا قيمة الوظيفة التي تتقرر في ضوء وصفها الوظيفي ، الذي يبين مهامها ومسؤولياتها وصعوبتها ومخاطرها ومتطلبات شغلها من مؤهل علمي وخبرة ومهارة ... الخ ، حيث في ضوء هذه القيمة يتقرر الراتب أو الأجر المناسب لها ، فالوظيفة التي تكون قيمتها أكبر يدفع لها راتب أعلى . وبالتالي فالمقصود بالنسبة هنا ، هو أن أهمية الوظائف داخل المنظمة متباينة من فئة وظيفية لأخرى ، ومن مستوى إداري لآخر ، مما يجعل رواتبها

متباينة. يتضح من ذلك أن تقييم الوظائف يركز على الوظيفة ذاتها وليس على شاغلها . وتجدر الإشارة إلى أن نتائج التقييم لا يتحدد على أساسها الحوافز ، فالحوافز يجري تحديدها في ضوء نتائج تقييم أداء العاملين .

26-Job Evaluation-Based Skill Method — أسلوب تقييم الوظائف القائم على أساس المهارة

يعتمد هذا الأسلوب في تقييم الوظائف على معيار رئيس أو أساسي واحد وهو المهارة (أو أكثر) المطلوبة لأداء العمل ، التي يجب أن تكون متوفرة حكماً لدى الفرد الذي سيؤديه . وبالتالي تحدد المهارات المطلوبة لأداء كل وظيفة ، وتسعر كل منها حسب مدى أهميتها . لنفرض أنه لدينا وظيفة سكرتير تنفيذي وتحتاج هذه الوظيفة إلى المهارات التالية :

- إجادة اللغة الأجنبية 25 نقطة .
- مهارة إستخدام الحاسوب 30 نقطة .
- مهارة العلاقات العامة 25 نقطة .
- مهارة التصنيف والأرشفة 20 نقطة .

100

ولنفرض أن قيمة كل نقطة مئة وحدة نقدية ، فيكون راتب هذه الوظيفة 10000 وحدة نقدية .

27-Job Families — فئات الوظائف

مصطلح شائع الإستخدام في مجال تقييم الوظائف وتحديد هيكل الرواتب والأجور . ويقصد بالفئة الوظائف المتشابهة من حيث طبيعتها وأهميتها ، كأن نقول فئة الوظائف الفنية ، فئة الوظائف الكتابية ، فئة وظائف الخدمة العامة ...الخ . وعادة يدفع راتب أو أجر واحد لجميع الوظائف التي تشتمل عليها الفئة الوظيفية .

28- Job Grading Method — طريقة (أسلوب) تدرج الوظائف و الأعمال

إحدى الطرق الشائعة جداً في تقييم الوظائف وبشكل خاص في المنظمات الكبيرة الحجم كالأجهزة الحكومية . تعتمد هذه الطريقة على تجميع الوظائف المتشابهة من حيث طبيعتها ومتطلبات شغلها في درجات (فئات) ، بحيث تشتمل كل درجة على وظائف متشابهة من حيث ماهيتها ، ويحدد راتب أو أجر لكل درجة ، بشكل يشمل هذا الراتب جميع الوظائف التي تضمها الدرجة ، بمعنى أوضح أن جميع وظائف الدرجة الواحدة تتقاضى نفس الراتب أو الأجر . وترتب الدرجات حسب مدى أهميتها تنازلياً من الأصعب للأقل صعوبة .

29-Job Holder — شاغل الوظيفة

هو الشخص الذي يشغل وظيفة معينة ويؤدي مهامها ويتحمل مسؤوليتها ويحصل على المزايا الخاصة بها بموجب قرار تعيين ، أو نقل ، أو ترقية ، والذي من المفروض أن تكون الخصائص التي يحملها (المؤهل العلمي ، الخبرة ، المهارة ...الخ) متوافقة مع متطلبات أداء مهام الوظيفة وتحمل مسؤولياتها والظروف المحيطة بها .

30-Job Identification — **هوية الوظيفة أو العمل**

أحد الجوانب أوالأبعاد التي يتوجب على تصميم العمل أن يأخذها في إعتباره ومفادها، أن يحدد التصميم إسم الوظيفة ومستواها الإداري ورمزها ، والمجموعة الوظيفية التي تنتمي إليها ، وكذلك مضمونها وماهية العمل فيها ، والعناصر المكونة لها ، وما هو المطلوب إنجازه منها .

31-Job Incumbent — **شاغل منصب وظيفي (رئاسي)**

هو الشخص الذي يشغل وظيفة إدارية رئاسية ، ويمتلك سلطة محددة يستمدها منها ، تؤهله لإصدار أوامر وصنع قرارات ضمن حدود معينة . ويتمتع شاغل المنصب الوظيفي بكامل حقوق ومزايا منصبه ، وفي المقابل يتحمل أعباءه ومسؤولياته وتبعاته .

32-Job Instructions Training — **تعليمات العمل التدريبية**

أحد أساليب التدريب التي تتم في مكان وأثناء العمل ، يكون المدرب فيه أحد الزملاء في العمل من أصحاب القدم والخبرة الوظيفية أو الرئيس المباشر ، الذي ينقل خبرته لمرؤوسيه أو زميله على شكل تعليمات ترشده كيف يؤدي مهام وظيفته بالشكل المطلوب وبمستوى جيد من الكفاءة . وفي العادة يتابع المدرب المتدرب في تطبيق هذه الإرشادات أو التعليمات التدريبية ، ويساعده على تطبيقها وفق المطلوب ، ويصحح أخطاءه أولاً بأول .

33-Job Knowledge Test — **إختبار المعرفة بالوظيفة أو العمل**

أحد الإختبارات المستخدمة في مجال إنتقاء وتوظيف القوى العاملة في المنظمات ، ويهدف إلى تحديد مدى إلمام المرشح للتعيين نظرياً وعملياً بالوظيفة المتقدم إليها ، حيث توجه إليه أسئلة تتعلق بطبيعة الوظيفة وممارستها ، ويطلب منه أيضاً أداء الوظيفة عملياً ، ليجري تحديد مدى إلمامه نظرياً وعملياً بالوظيفة ، وتحديد مدى أهليته للتعيين فيها .

34-Job Learning — **تعلم الوظيفة أو العمل**

مصطلح معروف في مجال التأهيل الأولي للعاملين الجدد ، حيث يتم تعريفهم بمهامهم ومسؤولياتهم ، ومعايير أدائهم التي يتوجب عليهم تحقيقها وكيف يتم إنجازها ، ويُعلمون أيضاً كيف يمارسون عملهم بشكل صحيح ووفق المطلوب . والغاية من ذلك تحقيق إستجابتهم السريعة لعملهم وتقليل أخطائهم .

35-Job Nature **طبيعة الوظيفة**

يقصد بها ماهية الوظيفة التي تتكون من حجم ونوعية مهامها ومسؤولياتها ، ومدى صعوبتها ، والجهد الذهني والعضلي اللازم لأدائها ، والمخاطر والأمراض المصاحبة لها .

36-Job Occupation **وظيفة (عمل) شاغرة**

وظيفة (في الغالب تكون إدارية) خالية لا يوجد موظف يشغلها ، وتحتاج المنظمة إلى موظف ليشغلها إما عن طريق الترقية من وظيفة في مستوى إداري أدنى ، أوعن طريق التعيين الخارجي .

37-Job Performance Standards **معايير أداء الوظيفة أو العمل**

تمثل هذه المعايير الحد الأدنى المقبول إنجازه من الوظيفة وشاغلها ، فعدم تحقيقها من قبله يعرضه للمساءلة. لذلك فكلما زاد الإنجاز الفعلي عنها دل على أداء وكفاءة أكبر .

38-Job Posting **ملصقات إعلان الوظائف الشاغرة الداخلي**

وسيلة إستقطاب داخلية ، وهي عبارة عن منشور تعده المنظمة لتعلنه للعاملين لديها عن وجود وظائف شاغرة فيها لمن يريد منهم التقدم للتعيين فيها . وتحدد في هذه الملصقات المواصفات المطلوب توفرها في من يود التقدم إليها ، والراتب المدفوع لها ، والمزايا الوظيفية الممنوحة لها . ويلصق هذا المنشور على لوحات توضع في الأماكن التي يتردد عليها العاملون باستمرار . وفي الوقت الحاضر أصبحت معلومات هذا المنشور توضع على شبكة الإنترنيت ، ليكون بإمكان أي فرد منهم الحصول على معلومات المنشور بسهولة وسرعة .

39-Job Pricing **تسعير العمل أو الوظيفة**

يقصد بالتسعير تحديد المنظمة للرواتب والأجور التي ستدفعها للوظائف الموجودة لديها ، والتي يستحقها شاغلو هذه الوظائف . ويجري التحديد عادة في ضوء أربع معطيات هي ما يلي :

- طبيعة الوظائف من حيث درجة صعوبتها ، مسؤوليتها ، وأهميتها ، ويحدد ذلك تقييم الوظائف من خلال وصفها .
- التعويضات التي تدفعها المنظمات الأخرى العاملة في نفس المنطقة الجغرافية للوظائف المشابهة لديها .
- ظروف العرض والطلب في سوق العمل من حيث الوفرة والندرة التي تقتضي دفع رواتب عالية في حالة الندرة .
- المتغيرات البيئية كالتضخم الإقتصادي ، وتشريعات العمل التي تحدد مثلاً الحد الأدنى للرواتب والأجور .

40- Job Production Type — نمط الإنتاج لوحدة منتج (سلعة) كاملة

تُقسم العملية الإنتاجية بموجب هذا النمط إلى مجموعات عمل ، حسب عدد الوحدات المتعاقد عليها للبيع ، بحيث تقوم كل مجموعة عمل بتصنيع وحدة إنتاج كاملة من بدايتها وحتى نهايتها . ويستخدم هذا النمط في المنظمات الصناعية التي تصنع منتوجات ثقيلة كصناعة الطائرات ، أو السفن . فإذا كان عقد البيع ينص على إنتاج أربع طائرات في هذه الحالة يقسم العمال والمشرفين ..الخ إلى أربع مجموعات ، بحيث كل مجموعة تكون مسؤولة عن تصنيع طائرة واحدة من بداية العملية الإنتاجية حتى نهايتها. إذاً في هذه الحالة سيكون لدى مصنع الطائرات أربعة خطوط إنتاجية كل خط يقوم بتصنيع طائرة واحدة .

41 Job Qualities — مواصفات العمل أو الوظيفة

تمثل الصفات التي تتصف بها الوظيفة والتي تعبر عن طبيعتها ، وحجم ونوعية مسؤولياتها ، ومخاطرها ، وصعوبتها ، وما هو المطلوب توفره في من سوف يشغلها ، ويبين هذه المواصفات الوصف الوظيفي الخاص بالوظيفة .

42-Job Quit — هجر (ترك) العمل أو الوظيفة

إقدام الموظف أو العامل على ترك عمله أو وظيفته في المنظمة نهائياً لسبب خاص يتعلق به ، دون الإفصاح عنه ، ودون موافقة المنظمة .

43-Job Ranking Method — أسلوب (طريقة) ترتيب الوظائف أو الأعمال

إحدى طرق تقييم الوظائف القديمة ، بموجبها يقوم المقيم بترتيب الوظائف الخاضعة للتقييم حسب درجة أهميتها وصعوبتها ومسؤولياتها وعلى أساس حكمه العام الإجمالي ، وذلك إما تنازلياً من الأهم للأقل أهمية، أوالعكس تصاعدياً . ويتم الترتيب من خلال مقارنة وصف الوظائف مع بعضها بعضاً .

44-Job Relative Value — قيمة الوظيفة النسبية

تعني أهمية الوظيفة التي تُحدد من خلال تقييمها باستخدام مجموعة من المعايير الأساسية مثل : حجم وصعوبة المهام ، المسؤولية ، الظروف المناخية التي تؤدى فيها ، المخاطر المصاحبة لها ، المواصفات المطلوبة لدى شاغلها ، حيث في ضوء نتائج التقييم يجري تحديد قيمة الوظيفة التي على أساسها يتحدد تعويضها المالي .

45-Job Rotation — دوران العمل أو الدوران الوظيفي

أسلوب يتم بموجبه تنقيل (نقل) العامل أو الموظف بين عدد من الوظائف لفترات زمنية محددة ، حيث يمارس مهام الوظائف التي نُقل إليها ويتحمل مسؤولياتها . ويستخدم هذا الأسلوب كأداة للتدريب لإكساب العاملين مهارات متعددة ومتنوعة من خلال ممارستهم لعدد من المهام في عدد من الوظائف . إلى

جانب ذلك ينمي الدوران الوظيفي روح التعاون بين العاملين ، حيث يشعر كل منهم بمشاكل عمل الآخرين ، كما أنه يساعد المنظمة على إيجاد بدلاء من العاملين ليحلوا مكان بعضهم بعضاً عند غياب أحدهم لسبب ما . ويمكن الإشارة إلى أن الدوران يتم عادة في نفس المستوى الإداري والوظيفي أي أفقي.

46-Job Satisfaction — الرضى الوظيفي

يعبر عن مستوى الروح المعنوية السائدة لدى العاملين في المنظمة في فترة زمنية محددة (لأن هذا المستوى يختلف من حين لآخر) ، فارتفاع هذا المستوى دلالة ومؤشر على وجود رضى وظيفي وبدرجة متناظرة مع مستوى هذا الإرتفاع والعكس من ذلك صحيح . ويترجم العاملون رضاهم الوظيفي إلى إتجاهات وردود أفعال وسلوكات إيجابية تأخذ أشكالاً متعددة منها على سبيل المثال : إرتفاع مستوى الأداء والكفاءة ، إنخفاض معدل دوران العمل ، التعاون ، الإلتزام ، الولاء ..الخ . ويعتبر الرضى الوظيفي نتاج ومؤشر لمدى فاعلية سياسات المنظمة في مجال إدارة الموارد البشرية وخاصة الحوافز .

47-Job Security — أمان العمل

ويسميه بعضهم بالأمن الوظيفي . ويقصد به توفير المنظمة للعاملين لديها الإحساس بالطمأنينة بعدم فقدانهم لأعمالهم فيها والإستغناء عنهم في أية لحظة أو مناسبة ، فعدم توفير المنظمة لهذا الأمان يولد لديهم حالة من القلق والتوتر الدائم ودافعية سلبية .

48-Job Selection Classification — تصنيف إختيار العمل أو الوظيفة

يقصد به جمع معلومات عن المتقدم للتوظيف وإختبار قدراته وإمكاناته ، من أجل التنبؤ بإمكانيته وإستعداده للعمل في عدة وظائف داخل المنظمة وليس في وظيفة أو عمل واحد .

49-Job Sharing — التشارك في العمل أو الوظيفة

أحد أساليب تنظيم ساعات العمل اليومية الرسمية وأحد أنواع التوظيف الجزئي PartTime ، بموجبه يقسم وقت العمل الرسمي للوظيفة أو العمل الواحد إلى جزئين (أو أكثر) يغطي أو يعمل في كل جزء موظف أو عامل ، بحيث عندما تنتهي ساعات عمل الأول في جزء الوقت المخصص له ، يحل محله الموظف أو العامل الآخر ليغطي الجزء المتبقي من وقت العمل الرسمي ، وبالتالي فكل وظيفة يعمل فيها موظفين أو عاملين (أو أكثر) ، يتناوبان مع بعضهما ليغطيان ساعات العمل الرسمية للوظيفة الواحدة .

50-Job Shops — حوانيت (ورشات) العمل

ورشات عمل صغيرة تقوم بإنتاج أجزاء صناعية صغيرة ومعينة ، تدخل في إنتاج سلعة صناعية تنتجها شركة كبيرة ، فهذه الشركة لا تنتج كامل الأجزاء التي تدخل في صناعة السلعة ، بل تنتج الأجزاء الأساسية والهامة ، أما الأجزاء الأخرى والثانوية ، فتقوم هذه الورشات بإنتاجها لها ولحسابها فقط .

51-Job Significance — دلالة أو أهمية العمل أو الوظيفة

إحدى الصفات أو العناصر التي يجب أن يوفرها تصميم الأعمال أو الوظائف في الوظائف ومفادها : أن يوفر التصميم في العمل أوالوظيفة التي يصممها درجة من الإحساس لدى من يؤديها ، بأن نتاج عمله له أهمية ومعنى أو قيمة ، ويسهم إيجاباً في نجاح المنظمة ، ليشعر بدرجة من الأهمية والقيمة والرضى النفسي والمعنوي .

52-Job Simplification — تبسيط العمل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Work Simplification

هو نفس المضمون العام لمصطلح **Work Simplification** (يمكن الإطلاع على معنى هذا المصطلح في حرف(W)) لكن يطبق على مستوى الوظيفة أو العمل الذي يؤديه شخص واحد ، أي الذي يقوم بكامل خطواته من البداية وحتى النهاية . بالطبع يكون هذا العمل في العادة غير معقد وروتيني .

53-Job Specialization — التخصص في العمل

مرحلة لاحقة لتقسيم العمل ، فبعد تقسيم العمل الواحد إلى أجزاء ، يسند أداء الجزء إلى شخص واحد أو وحدة إدارية واحدة ، بحيث يتكرر أداء الجزء بنفس الأسلوب أو الطريقة ومن قبل نفس الشخص أو الوحدة الإدارية . والغاية من التخصص هو أن التكرار يؤدي إلى زيادة المهارة في الأداء وهذا ما يرفع من إنتاجية العمل ، ويقلل من زمن إنتاجه ، ويخفض من تكلفة تنفيذه بسبب قلة الأخطاء .

54-Job Specifications — محددات الوظيفة أو العمل

تمثل هذه المحددات أحد شقي تحليل العمل أو الوظائف وهما : توصيف الوظائف ، وتحديد محدداها. حيث في ضوء نتائج وصف الوظيفة ، يتم إعداد بيان تفصيلي بالخصائص أو الصفات المطلوب توفرها في الشخص الذي سوف يشغلها ، بحيث تمكنه هذه الخصائص التي يمتلكها من أداء مهامها وتحمل مسؤولياها وظروفها وصعوبتها بنجاح . وتشتمل هذه الخصائص على صفات متعددة مثل : المعرفة التي تمثل المؤهلات العلمية ، التخصص ، المهارة ، الخبرة ، الشروط الصحية ، القدرة الذهنية ، الإتجاهات ، الميول ... الخ ، التي جميعها يحتاجها أداء الوظيفة ، التي يجب توفرها في من سيشغلها . وتستخدم هذه المحددات عادة في إختيار الأفراد المناسبين لشغل الوظائف للوصول إلى وضع الفرد المناسب في العمل المناسب .

55-Job Standardization — تنميط العمل

يسميه بعضهم بتوحيد العمل ويقصد به ، وضع طريقة موحدة لا تتغير لأداء عمل (إجراء) معين ، حيث تطبق هذه الطريقة في كل مكان وزمان ، وبغض النظر عن من يؤديها أو ينفذها .

ضغط العمل **56-Job Stress**

صفة يمكن أن تطلق على أي عمل أو وظيفة داخل المنظمة ، بمعنى أنها ليست محصورة في فئة معينة من الوظائف أو الأفراد ، بل تشمل الجميع ، لكن شدة الضغط تختلف من عمل لآخر وبالتالي من فرد لآخر . ويحدث ضغط العمل لأسباب متعددة منها على سبيل المثال : حجم العمل عندما يكون فوق طاقة من يؤديه الفسيولوجية أو الذهنية أو النفسية ، أو خارج نطاق خبرته أو مهارته ، أو بسبب الصراع مع الآخرين ...الخ . ولا يمكن إعتبار ذلك ضغطاً إلا إذا كان السبب مستمر الحدوث ، ويُحدث آثاراً سلبية في صحة الفرد . ويمكن القول أن ضغط العمل يختلف من عمل لآخر حسب ما يلي : نوع وطبيعة الوظيفة أوالعمل ، المستوى الإداري ، إمكانات الفرد الفسيولوجية والذهنية والنفسية ، مستوى مهارته أو خبرته ، الجنس في ما إذا كان ذكر أو أنثى على إعتبار أن الذكر أكثر تحملاً من الأنثى .

التوافق مع العمل **57-Job Tailoring**

يقصد به تعين الفرد المناسب في العمل الذي يتوافق مع إمكاناته (مؤهله العلمي ، خبرته ، مهارته...الخ) ومساعدته على التكيف مع مهامه وظروفه ، وتوفير فرصة التدريب والترقية له ، وتوفير الإحترام في التعامل معه .

الوسطاء **58-Jobbers**

يستخدم هذا المصطلح في عدة مجالات ويشير إلى عدة معاني هي :

- السمسار في سوق الأوراق المالية ، الذي يبيع الأوراق للغير .
- تاجر الجملة كوسيط بين المنتج وتاجر التجزئة .
- تاجر التجزئة كوسيط بين تاجر الجملة والمستهلك الأخير .
- سمسار بيع الذي يتوسط بين البائع والشاري لقاء عمولة .

حساب مصرفي مشترك **59-Joint Account**

حساب يقوم بفتحه عميلين أو أكثر لدى المصرف ، ويمكن السحب منه أو الإيداع فيه بتوقيع أحد أصحاب هذا الحساب منفرداً أو مع الثاني ، ويوقع طلب فتح الحساب المشترك من قبل جميع أصحابه .

لجان الإستشارة المشتركة **60-Joint Consultive Committees**

إحدى أشكال مشاركة العاملين في صنع القرارات ودمجهم وزيادة إرتباطهم بعملهم وبمنظمتهم وتعتبر حافزاً معنوياً . وتتمثل المشاركة هنا باستدعاء ممثلين عن العاملين وتشكيل لجان مشتركة منهم ومن إدارة المنظمة ، للإطلاع على رأيهم ومناقشتهم بالمسائل التي تتعلق بهم وبمصالحهم ، والتشاور معهم حيالها ، وذلك قبل صنع قرار بشأنها . فمن خلال هذه الإستشارة المشتركة والتشاور ، يكون العاملين (من

خلال ممثليهم) قد أثروا في القرار المراد صنعه ، وهذا ما يكسبه التأييد من قبلهم بعد صدوره . وبالتـــالي يمكن القول بأن هذه اللجان صيغة من صيغ التعاون بين العاملين والإدارة .

61-Joint Cost التكلفة المشتركة

تمثل تكلفة إنتاج أكثر من سلعة أو خدمة واحدة ، حيث تتم عملية الإنتاج في عملية صـــنع مشـــتركة باستخدام نفس الآلات والتجهيزات ، وبالتالي فالتكلفة النهائية تشمل أكثر مـــن ســـلعة أو خدمـــة ، أي تشمل جميع السلع والخدمات التي أنتجت بنفس عملية الصنع والآلات .

62-Joint Partnership Company شركة تضامن

هي إحدى شركات الأشخاص ، وأحد أشكال ملكية الشركات الخاصة ، حيث يقوم جميـــع الشـــركاء بإدارة عمل الشركة ويمثلونها أمام الغير ، وهم متضامنون متكافلون في سداد إلتزاماتها التي لا تقتصر علـــى رأس مالهم في الشركة فحسب ، بل تشتمل على ممتلكاتهم الخاصة . إذاً مسؤولية الشركاء غير محـــدودة ، ويتوجب في هذه الحالة توفر التعاون والثقة بين الشركاء في إدارة الشركة والعمل فيها .

63-Joint Venture شركة محاصة

إتفاق قانوني بين شخصين أو أكثر ، لإنجاز عمل أو مهمة تجارية محددة ولفترة زمنية معينة ، حيـــث بعـــد إنتهاء هذه الفترة ينتهي الإتفاق وتُحل الشركة .

64-Joint Ventures Strategy إستراتيجية المشاريع المشتركة

تصنف هذه الإستراتيجية ضمن فئة إستراتيجيات النمو ومضمونها ، إشتراك شركتان أو أكثر بتنفيذ نشاط أو عمل معين إما بشكل دائم أو مؤقت ، بحيث يأخذ شكل مشروع مشترك له كيان قانوني مستقـــل ومنفصل عن كيـــان الشركات المشاركة فيـــه . ويعود السبب في إستخدام هذه الإستراتيجية، إلى عدم توفر الإمكانات المالية لقيام شركة واحدة بتمويل المشروع لوحدها ، أو عدم توفر الخبرة الكافية لدى شركة واحدة أيضاً ، بشكل يمكنها من تنفيذ المشروع لوحدها .

65-Junk Bonds السندات الرديئة

وتُعرف أيضاً بالسندات العامة الريعية ، وهـــي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، حيث تستخدم المبالغ المتحصلة من بيع هذه السندات في شراء أسهمها المتداولة في سوق الأوراق الماليـــة ، وهذا يتطلب من الشركة تعويض المستثمرين حملة هذه السندات عن ذلك القدر الكـــبير مـــن المخـــاطرة الناتجة عن زيادة نسبة الأموال المقترضة مقارنة بحقوق الملكية ، وبالتالي نجد أن سعر الفائدة المدفوع عليهـــا مرتفعاً ليتناسب مع درجة المخاطرة .

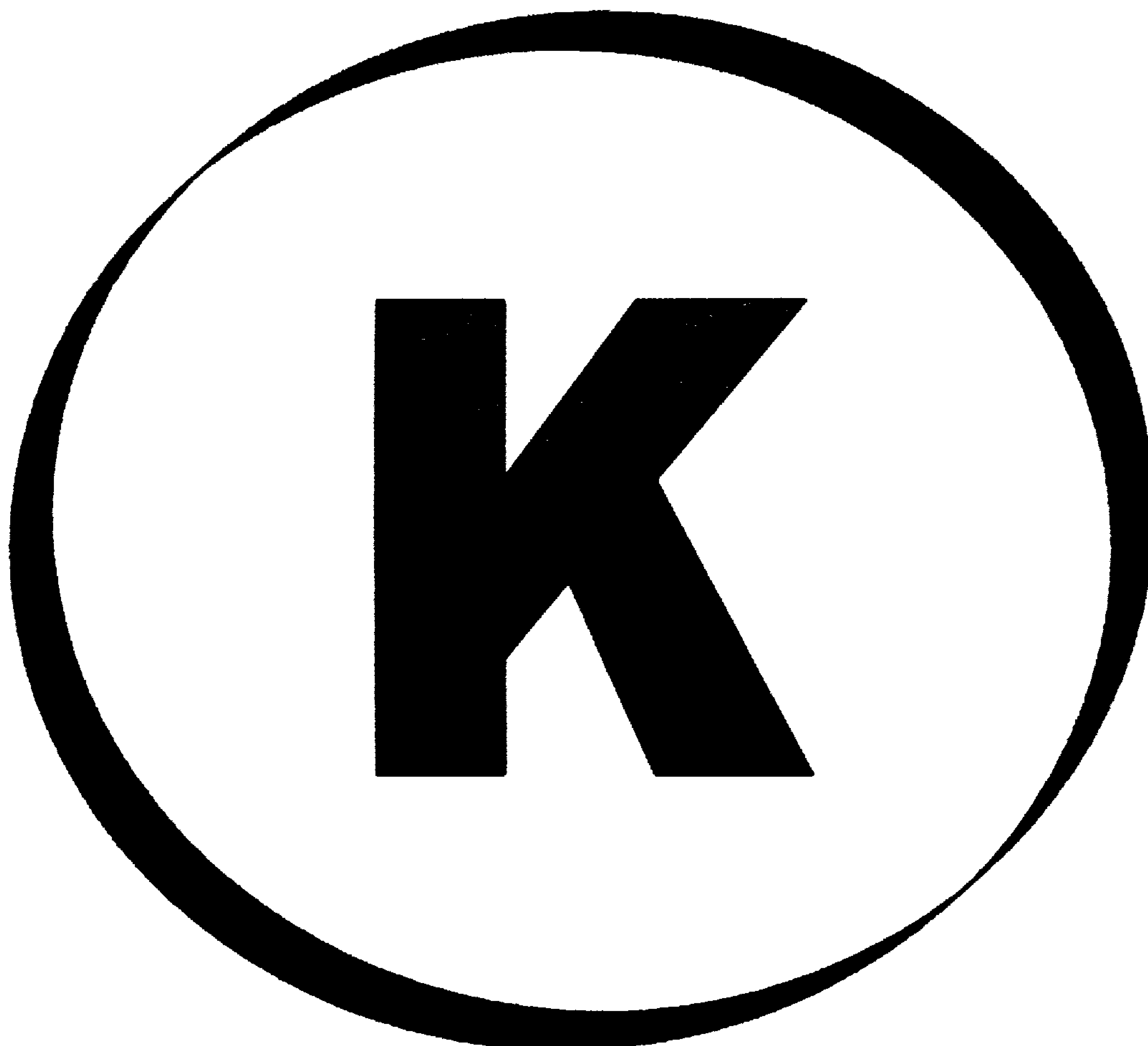
66-Just-in –Time في الوقت المحدد

نمط إبتكره اليابانيون واستخدموه في مجال تصميم العمل الإنتاجي في المصانع ، ويقوم على مبدأ الشراء والإنتاج حسب الحاجة والطلب Hand- to- Mouth ، ويقوم هذا النمط على ما يلي : إنتاج أو شراء القطع أو المواد بالكميات اللازمة للإنتاج دون زيادة أو نقص وتوفيرها لمراحل تصنيع المنتج في الوقت الذي تحتاجها دون تخزينها ، أي تدخل مباشرة إلى التصنيع دون تخزين . إذاً الغاية من هذا النمط هي إلغاء فترة تخزين الأجزاء والمواد بين مراحل تصنيع السلعة ، أو على الأقل الوصول بها إلى أدنى حد ممكن ، فبهذه الصورة يمكن تخفيض تكلفة التخزين لأدنى حد ممكن. يتضح من ذلك أن هذا الأسلوب يحتاج إلى حساب وقت مراحل تصنيع كل مرحلة أي متى تبدأ ومتى تنتهي ، لإحداث التوازن الزمني بين المراحل .

التدريب في الوقت المطلوب — 67-Just-in –Time Training

أحد أساليب التدريب الإلكترونية التي تعتمد على الإنترنيت والبريد الإلكتروني والحاسوب ، حيث من خلالهم يتم إرسال وتوزيع وتبادل المادة والمعلومات التدريبية بين المدرب الإلكتروني (البرنامج المبرمج والمخزن في الحاسوب) والمتدربين . وبالتالي فميزة هذا الأسلوب أنه يمكن لأي شخص في أي مكان أن يحصل على المعلومات التدريبية المعروضة على موقع الإنترنيت في الوقت الذي يناسبه وحسب رغبته ، وعليه يوفر هذا الأسلوب درجة عالية من المرونة في التدريب ، وهو قليل التكلفة .




K

1-Kabylist of Japanese Organization — **قبيلة المنظمة اليابانية**

ويسميها بعضهم بالعشائرية ، وهي صفة أطلقت على المنظمة اليابانية للدلالة على إتحاد العاملين فيها وإنتمائهم وولائهم لها ، وإلتزامهم تجاهها ، والخوف على سمعتها وممتلكاتها .

2-Kaiser Steel Scheme — **خطة كيسر للفولاذ**

خطة تم التفاوض عليها بين شركة " كيسر" للفولاذ في الولايات المتحدة الأمريكية وإتحاد عمال الفولاذ عام 1963 لتوفير الضمان للعاملين بعدم فقدانهم لوظائفهم ودخلهم ، بسبب التغيرات التي تطرأ على أعمال الشركة وظروفها . وتنص هذه الخطة أيضاً على مشاركة العاملين في المبالغ التي توفر من قبلهم من تكاليف المواد المستخدمة في العمل .

3-Kaizen Model — **نموذج كايزن**

كلمة يابانية (نموذج ياباني) تعبر عن الفلسفة التي تُعَرِف دور الإدارة المستمر في تشجيع وتنفيذ التحسينات المستمرة ذات العلاقة بالأعمال والمهام بأسلوب بسيط غير معقد وبأقل تكلفة . ويتم ذلك من خلال تجزئة العملية المعقدة إلى أجزاء ومن ثم القيام بتحسين كل جزء . ويعتمد هذا النموذج على ولاء وإنتماء العاملين للمنظمة وحافزيتهم للعمل ، ويهدف إلى تشجيع العاملين على تقديم إقتراحاتهم ، بحيث يسعى جميعهم إلى تحسين الأعمال التي يقومون بها .

4-Kanban System — **نظام كانبان**

كلمة يابانية تعني نظام معلومات بسيط يقوم بإرسال بطاقة أو إشارة أو رسالة بوساطة البريد الإلكتروني من قبل مركز عمل إلى مورد لمادة أولية ، أو جزء مصنع ، لإبلاغه بضرورة إعادة توريده بكمية محددة وبزمن محدد وإرسالها . وهذا النظام يعتمد عليه نظام الإنتاج الآني (JIT) Just-In Time .

5-Kaput Employee — **الموظف أو العامل غير الصالح للعمل**

هو العامل أو الموظف الذي يَثبت بشكل قطعي أنه غير صالح للعمل بسبب الإصابة ، أوالمرض ، سواء داخل المنظمة أو خارجها ويستوجب الأمر إنهاء خدمته .

6-Kenz-Animal Spirit — **الروح الحيوانية في مفهوم الإقتصادي كينز**

قصد عالم الإقتصاد"كينز"بالروح الحيوانية التفاؤل الساذج الذي يتكون لدى بعضهم خلال فترة الرواج الإقتصادي ، حيث يعتقدون بأنهم محصنون ضد الخسارة ، وأن الأمور تسير من حسن إلى أحسن ، وأن الأرباح في حالة تزايد مستمر ، بسبب إرتفاع مستوى الدخل الفردي والكلي الذي أحدثه الرواج ، وأن الطلب على السلع والخدمات في السوق سيبقى في حالة إرتفاع .

7-Keyboard of Computer **لوحة مفاتيح الحاسوب**

لوحة توضع أمام شاشة الحاسوب الآلي وموصوله به ، وعليها أزرار (مفاتيح) مطبوع عليها أحرف وأرقام يستخدمها مستخدم الحاسوب في نسخ ما يريده ، وطلب المعلومات التي يريدها من الحاسوب .

8-Key Functions **وظائف مفصلية**

ويقصد بها وظائف المنظمة التي تمثل نشاطاتها الرئيسة ،كوظيفة الإنتاج ، والتسويق ، والشراء ، والتخزين...الخ ، ويطلق عليها بعضهم تسمية وظائف أساسية للدلالة على مدى أهميتها .

9-Key Staff **فئة العاملين الأساسيين**

تتكون هذه الفئة من كبار الموظفين في المنظمة ، الذين يشغلون مناصب إدارية هامة وحساسة ، وكذلك الموظفين أصحاب الخبرة والمعرفة والقدم الوظيفي ، هذه الفئة يعتمد عليها أداء المنظمة الكلي ، وتحقيق أهدافها .

10-Kickback of Salary **إسترداد جزء من الراتب عن غير وجه حق**

مصطلح شاع إستخدامه أواخر القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين ، ويشير إلى إتفاق غير شريف بين صاحب العمل والمشرف على العمال ، لإظهار العامل بأنه غير منتج ومقصر في عمله ، كحجة لصاحب العمل لأن يسترد جزءاً من الراتب أو الأجر الذي دفعه للعامل .

11-Kilter Work **العمل المنتظم**

مصطلح يشير إلى أن العمل يتم تنفيذه بصورة نظامية ووفق ما هو مخطط له أو وفق المطلوب ، وأنه بوجه عام بحالة جيدة .

12-Kinetograms **بيان الحركة**

سجل فوتوغرافي يبين مسلك الحركة الفعلي الذي يجتازه الطَرَفْ أوأي عضو آخر من أعضاء جسم العامل خلال تأديته لعملية محددة له .

13-Klatck **حديث غير رسمي**

إجتماع بين أعضاء التنظيمات غير الرسمية في المنظمة ، يتم خلاله تبادل الحديث بينهم في ما يخص العمل بداخلها وهذا الإجتماع وما يدور بداخله غير رسمي .

14-Knack **مهمة صعبة**

عمل يتطلب أداؤه أو تنفيذه (إنجازه) توفر مهارة عالية وبراعة لدى من سوف يكلف به ويؤديه .

15-Know – How **يعرف كيف**

يشير هذا المصطلح إلى إلمام الموظف أوالعامل بالعمل المكلف به ، وإمكانيته وقدرته على أداء مهامه وفق المعايير المحددة أي وفق المطلوب .

16-Know-it-All **المتعالم**

صفة تطلق على الشخص الذي يدعي العلم بكل شيء ، وهو أحد الأنماط الشخصية الإنسانية والسلوك الإنساني الذي يظهر لدى بعض الناس ، ويعتبره أخصائيو علم النفس إحدى أنواع العقد النفسية التي يمكن أن يصاب بها الإنسان .

17-Knowledge Acquisition Channel **قنوات إكتساب المعرفة**

يقصد بهذا المصطلح المصادر التي يمكن من خلالها إكتساب أوالحصول على المعرفة،وهي متعددة ومتنوعة مثل : المكتبات وما تحتويه من كتب ومراجع ومجلات علمية ، الجامعات ، بنوك المعلومات ، مراكز البحوث العلمية وغيرها .

18- Knowledge-Based Pay Structure **هيكل الرواتب و الأجور على أساس المعرفة**

أحد الأساليب أو الطرق المستخدمة في تصميم هيكل الرواتب والأجور في المنظمات ، بموجبه يتم إعداد جدول بالوظائف الموجودة في المنظمة وبجانب كل منها المعرفة أو المعارف التي يحتاجها أداء الوظيفة (التي يجب توفرها في من سيشغلها) ، والتي تسهم بشكل مباشر في رفع مستوى أدائها وفاعلية هذا الأداء ، حيث كلما تعلم شاغلها معرفة جديدة ، يعني ذلك أن أداءه قد تحسن وأصبحت قدرته على تحقيق أهدافها أكبر . ويحدد عادة تعويضاً مالياً لكل معرفة يستحقه الموظف أو العامل عندما يكتسب المعرفة . في هذه الحالة يزداد الراتب أو الأجر مع زيادة وتنوع المعارف التي يكتسبها شاغل الوظيفة ، وإحتمال ترقيته لوظيفة أعلى .

19-Knowledge Depth-Based Pay Structure **هيكل الرواتب و الأجور على أساس عمق المهارة**

قائمة تتضمن وظائف المنظمة وبجانب كل منها المهارة أو المعرفة الرئيسة اللازمة لأداء كل منها ، وهذه المهارة أو المعرفة الرئيسة تشتمل على مهارات فرعية وكل مهارة تسعر بعدد من الوحدات النقدية ، حيث يتقاضى الفرد راتبه على أساس ذلك . فمهارة قيادة السيارة هي مهارة رئيسة يتفرع عنها مهارة قيادة سيارة صغيرة وميكروباص وحافلة . فإذا تعلم السائق مهارة قيادة سيارة ميكروباص سيحصل على أجر المهارة أو المعرفة الأولى وهي قيادة سيارة صغيرة وأيضاً الثانية . وإذا تعلم قيادة حافلة كبيرة وهي مهارة جديدة ، سيتقاضى في هذه الحالة أجر ثلاث مهارات أومعارف ، وهكذا ، وهذه المعارف جميعها فرعية ضمن مهارة رئيسة هي قيادة السيارة .

20-Knowledge Engineers **مهندسو المعرفة**

مصطلح أطلق على المختصين في تصميم نظم وبرامج المعلومات الذين يصممون الأنظمة الآلية المتخصصة ، أوتقديم الإستشارات الفنية في مجال المعلوماتية . وهؤلاء لديهم عادة دراية فنية عالية بتقنية المعلومات ، والتفكير المنطقي ، ومهارة برمجة الحاسوب .

21-Knowledge (H.R) Add Value **القيمة المضافة المعرفية للموارد البشرية**

تتمثل هذه القيمة بالعائد أو المنفعة التي يقدمها العاملون للمنظمة ، من خلال ما يمتلكونه من معارف علمية تسهم في تحقيق النجاح لها حاضراً ومستقبلاً ،كالمعرفة بالحاسوب ، والمعرفة الهندسية ، والمعرفة الإدارية والتنظيمية ، والمعرفة التسويقية ... الخ . هذه المعارف تساعد المنظمة في التعامل مع المتغيرات والتكيف معها في الحاضر والمستقبل وخاصة المنافسة . فمنظمات الأعمال لم تعد بحاجة لمهارات العمل فحسب ، بل تحتاج إلى معارف وخبرات علمية تساعدها على تحقيق التجديد والتحسين والإبداع ، للتميز على الآخرين .

22-Knowledge Leader **قائد المعرفة**

مصطلح يستخدم في المنظمات المعاصرة التي تتميز وتطبق ما يسمى"بإدارة المعرفة" . فقائد المعرفة هو المدير المسؤول عن عملية خلق وجمع المعرفة ، وتخزينها ، وتوفيرها لمن يحتاجها من العاملين في المنظمة (تشاركية المعرفة) في عمليات صنع القرار ، والإبداع ، والتطوير ، وأداء الأعمال . وهذا القائد (المدير) لا تقل أهميته عن أهمية أي قائد في الإدارة العليا داخل المنظمة ، وهو على تواصل مستمر مع جميع إدارات المنظمة .

23-Knowledge Management **إدارة المعرفة**

ظهر مفهوم إدارة المعرفة بعد تطور نظم المعلومات وتكنولوجيا الحاسب الآلي ، وسرعة التغير البيئي ، الذي بات يحتاج إلى توفر معلومات مختلفة ومتنوعة عن البيئة وما يحدث فيها من أجل التكيف معها . ويمكن تعريف إدارة المعرفة بما يلي : هي عملية إدارة الخبرات العلمية والمعلومات داخل المنظمة ، والمحافظة عليها والإستفادة منها في تحقيق المزايا التنافسية ورضى الزبون ، والعمل باستمرار على تطوير وتفعيل الإبتكار والإبداع في كافة مجالات العمل في المنظمة ، لجعلها في حالة تطور وتكيف مستمرين مع البيئة التي تعيش في كنفها . إذاً يمكن القول أن إدارة المعرفة تسعى إلى خلق ، وجمع ، وتخزين ، وتعميم ، وتطبيق المعرفة في المنظمة ، والإستفادة منها أكثر ما يمكن .

24-Knowledge Management Framework **إطار عمل إدارة المعرفة**

يشتمل إطار عمل إدارة المعرفة على أربع عمليات أو مراحل متتالية هي ما يلي :

- إكتساب وجمع المعرفة .
- تنظيم وتخزين المعرفة .
- توزيع المعرفة (جعلها متاحة) .
- تطبيق المعرفة ، أي الإستخدام الفعلي للمعرفة .

25-Knowledge Organizations **منظمات المعرفة**

هي المنظمات المهنية التي تهدف إلى تنمية المعرفة الأساسية والتطبيقية ، والمحافظة على نموها وإزدهارها وتفوقها ، وتعميم الإستفادة منها مثل : الجامعات ، ومراكز البحث العلمي ، والمعاهد العلمية والتطبيقية النوعية ...الخ .

26-Knowledge of Work **معرفة العمل**

يسميها بعضهم الإلمام بالعمل ، الذي يتمثل بالخبرة التي يتوجب على من يمارس عمل أو مهمة ما أن يمتلكها ، ليؤدي عمله ويتحمل مسؤوليته بمستوى جيد من الكفاءة .

27-Knowledge Perception Test **إختبار إدراك المعرفة**

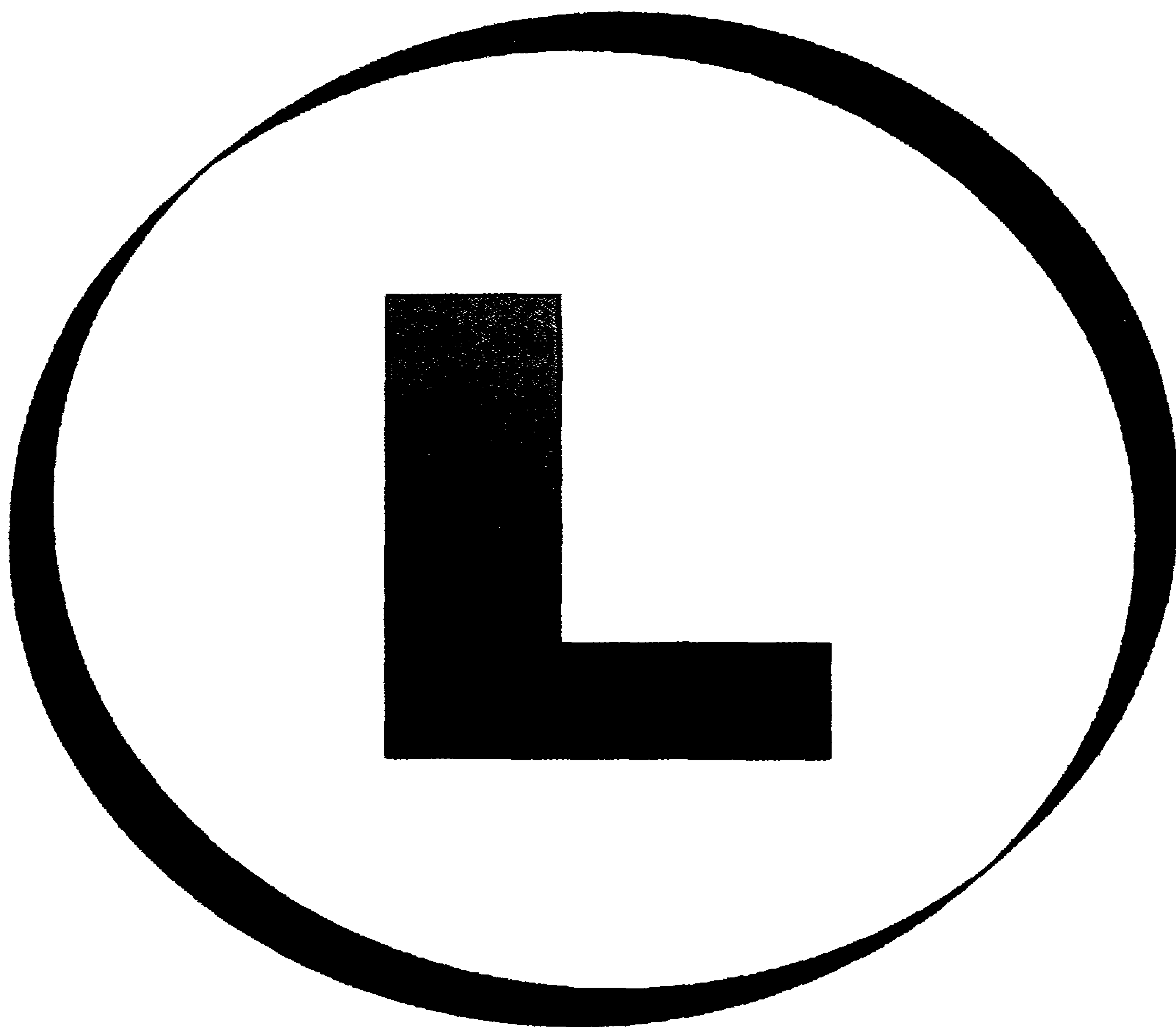
يعمل هذا الإختبار على تقدير مقدرة الفرد على الفهم السريع وإستيعاب المعرفة ، فالشخص الذي يمتلك هذه المقدرة يكون بإمكانه إستيعاب أي تغيير يدخل على مضمون عمله ووظيفته ويتكيف معه بشكل سريع وجيد .

28-Knowledge Sharing **التشارك في المعرفة**

التشارك في المعرفة هو أحد العناصر الأساسية في إدارة المعرفة داخل المنظمات المعاصرة ، ويشير معناه ، إلى توفير المعرفة لكل من يحتاجها ويريدها من العاملين في عمله ، بما يساعده على صنع القرار، أو الإبداع، أو الابتكار ، وتحسين أدائه ...الخ .

29-Knowledge Transferring **نقل (تحويل) المعرفة**

النقل هنا خطوة أساسية في عملية التشارك في المعرفة ضمن مجال معاصر يسمى "بإدارة المعرفة". فنقل المعرفة هنا يقصد به توزيع المعرفة المناسبة داخل المنظمة ، إلى الجهة (أو الشخص) المناسبة ، وفي الوقت المناسب ، وبالوسيلة المناسبة ، وبأدنى تكلفة .


L

1-Labeling التبيين

لصيقة ، أوبطاقة توضع على السلعة ذاتها أو عبوتها (غلافها) أو في داخلها ، يُثَبتُ عليهـا معلومـات موجزة تُعَرِفُ بالسلعة ، ومواصفاتها الأساسية ، وأين صنعت ، وإسم الشركة المصنعة ...الخ .

2-Labor Conditions Allowance بدل طبيعة العمل

مبلغ إضافي على الراتب أو الأجر تدفعه المنظمة للموظفين أو العمال الذين يشغلون وظائف تُـؤدى في ظروف عمل مناخية صعبة أو خطرة ،كالعمل في العراء ، أو الصحراء ، أو المناجم ...الخ .

3-Labor Cost تكلفة العمل

جملة ما تنفقه المنظمة على اليد العاملة فيها من تعويضات مباشرة وغير مباشرة وتحسـب علـى النحـو التالي:

(عدد العاملين) × (التعويضات المباشرة + التعويضات غير المباشرة)

التعويضات المباشرة = رواتب وأجور ومكافآت مالية وعلاوات .

تعويضات غير مباشرة = مزايا ومنح وظيفية إضافية (تأمين صحي ، تأمين على الحياة ، ضمان إجتماعي ... الخ) .

4-Labor Force قوة العمل

تمثل قوة العمل في المنظمة كافة الموارد البشرية العاملة فيها وعلى مختلف فئاتها وتخصصاتها ، وما تمتلكـه من مؤهلات علمية ، وخبرات ، ومهارات ، وإمكانات ، وعدد ساعات عملها المتاحة .

5-Labor Intensive Industry صناعة كثيفة العمل

هي الصناعة التي ترتفع فيها نسبة إستخدام اليد العاملة أو الموارد البشرية إلى رأس المـال ، وكـذلك الصناعة التي تحتاج إلى عدد كبير من هذه الموارد .

6-Labor Market سوق العمل

معنى مجازي يشير إلى منطقة جغرافية (دولة ، محافظة) فيها قوى عاملة تبحث عن فرصة عمل ، ومنظمات تبحث عن قوى عاملة لتلبي حاجة العمل فيها . فالموارد البشرية التي تبحث عن فرصة عمل تمثل العرض في سوق العمل ، في حين أن المنظمات التي تبحث عن موارد بشرية للعمل لديها تمثل الطلب في هذا السوق . إذاً في سوق العمل وكأي سوق آخر يوجد عرض وطلب ، يرتفع وينخفض كل منهما حسب الظروف والمتغيرات السائدة في الدولة أو المنطقة ، كالمتغير الإقتصادي والتعليمي وغيرهما .

7-Labor Market Force قوة عمل السوق

وتعني الموارد البشرية المتاحة في سوق العمل من كلا الجنسين ذكور وإناث ، وضمن حدين من العمر أدنى وأعلى ، وفي منطقة جغرافية معينة ، والراغبين في العمل ، ويبحثون عنه ، ومن كافة الإختصاصات ، ولديهم إمكانات (مؤهلات علمية ، خبرات ...الخ) تجعلهم قادرين على العمل .

8-Labor Market Segmentation — تجزئة سوق العمل

عملية تقوم بها إدارة الموارد البشرية في المنظمات في مجال إستقطاب الموارد البشرية من سوق العمل ، بموجبها تصنف القوى العاملة الموجودة والمتاحة فيه إلى فئات وفق معيار أو أكثر مثل : المهندسون ، العمال المهرة ، القوى العاملة النادرة ... الخ . والغاية من ذلك تسهيل دراسة كل فئة أو جزء على حده ، لمعرفة وتحديد إتجاهاته ورغباته ...الخ ، من أجل وضع سياسة مناسبة لترغيب وإستقطاب وحث القوى العاملة في سوق العمل لطلب التوظف في المنظمة ، حيث بهذا الشكل تكون قد سهلت على نفسها عملية الإستقطاب وجعلتها أكثر فاعلية .

9-Labor Relations — علاقات العمل

إتصال دائم ومستمر بين جهتين : الأولى العاملون في المنظمة ويمثلهم التنظيم النقابي ، والثانية أصحاب المنظمة ويمثلهم إدارتها ، هاتان الجهتان على علاقة وتواصل مستمرين ، حيث تقومان بالتفاوض مع بعضهما حول الأمور المتعلقة بالحياة الوظيفية الخاصة بالعاملين ، للتوصل إلى ظروف مناسبة لهم ، مع الحفاظ على مصالح المنظمة وملاكها . وتلعب إدارة الموارد البشرية في المنظمة دوراً هاماً في هذا المجال .

10-Labor Wastage — ضياع (خسارة ، فقدان) اليد العاملة

مصطلح يشير إلى عدد أفراد القوى العاملة الذين خسرتهم المنظمة ممن جرى تعيينهم في السنة الماضية . وتقاس هذه الخسارة بموجب المعدل التالي :

$$\frac{\text{عدد الأفراد الذين تركوا العمل في السنة الماضية}}{\text{عدد الأفراد الذين جرى تعيينهم في السنة الماضية}} \times 100$$

يعطي الناتج دلالة على إرتفاع أو انخفاض معدل الضياع أو الفقدان . وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا المعدل لا يوضح في أي الوظائف حدثت عمليات ترك العمل ، لذلك يعتبر مؤشراً عاماً .

11-Laboratory Training Method — أسلوب التدريب المخبري

يسميه بعضهم بأسلوب التدريب التطبيقي ، بموجبه يقوم المدرب بشرح المادة التدريبية للمتدربين نظرياً، ومن ثم يقوم بتطبيقها أمامهم على نموذج مماثل للواقع ، وبعد ذلك يطلب منهم تطبيق ما تدربوا عليه على النموذج ذاته . ويطبق هذا الأسلوب عادة في مخبر مجهز بنماذج من أجل التدرب عليها ، ويستخدم بشكل خاص في مجال التلمذة الصناعية والتدريب المهني للأعمال الفنية .

12-Lack of Motivation — نقص الدافعية

حالة داخلية تحدث لدى الفرد في مكان عمله وتعبر عن عدم سعادته وإصابته بالإحباط وعدم الرضى وعدم الرغبة بالعمل . وسبب حدوث هذه الحالة ، هو ضعف التحفيز المادي والمعنوي أو الاثنين معاً ، شريطة أن يكون هذا النقص مستمراً ، ليشكل لديه حالة مستمرة من عدم الرضى والإحباط المتكرر والمستمر .

13-Ladder Maturity Investment Strategy **إستراتيجية سلم تواريخ الإستحقاق الإستثمارية**

هي إحدى إستراتيجيات الإستثمار التي تستخدمها المصارف ، بموجبها تقوم بتقسيم إستثماراتها إلى مجموعات إستثمارية حسب تواريخ إستحقاقات معينة على شكل محفظة إستثمارية . فعلى سبيل المثال قد تقرر إدارة الإستثمار في مصرف ما أن يكون الحد الأقصى للإستثمار في محفظة الأوراق المالية في خمس سنوات . في هذه الحالة تقوم بتقسيم إستثماراتها إلى مجموعات متساوية ، كل مجموعة تشتمل على أوراق مالية بنسبة 20% من إجمالي إستثماراتها ، يجب أن تستحق المجموعة الأولى بعد سنة ، والثانية بعد سنتين ، والثالثة بعد ثلاث سنوات ، والرابعة بعد أربع سنوات، والخامسة بعد خمس سنوات .

14-Laissez Leadership **قيادة عدم التدخل**

هي إحدى أنماط القيادة الإدارية ويسميها بعضهم بالقيادة الكسولة أو القيادة الفوضوية ويشير معناها إلى مايلي: ترك حرية التصرف وتصريف الأمور للمرؤوسين ، أي لهم الحق في أداء العمل المكلفين به وفقاً للأسلوب الذي يرونه على أنه الأفضل من وجهة نظرهم ، والقائد لا يتدخل إلا عند الضرورة القصوى .

15-Language Skill **المهارة اللغوية**

إحدى المهارات التي تهم العاملين في الوظائف الرئاسية والمكتبية كالسكرتارية ، والموظفين الذين يصيغون المذكرات والتقارير ، ومن هذه المهارات الإنشاء والصياغة اللغوية ، الإملاء ، النحو .

16-Lasswell Communication Model **نموذج "لاسويل" عن الإتصال**

وضح "هارولد لاسويل" بأن هدف أي إتصال يجب أن يكون التأثير في الآخرين ، ووضح فكرته عن ذلك بالعبارة التالية التي يجب أن يتبناها المتصل ليكون إتصاله ناجحاً : "ماذا أقول ؟ ولمن ؟ وما هو تأثير ما يقال ؟ وفي أي ظروف ؟ ولأي هدف ؟ .

17-Last-in-First-Out (LIFO) **الداخل أخيراً يستخدم أولاً**

إحدى طرق صرف المخزون وتقييمه ، حيث يتم صرف أو إستخدام الموجودات المخزنية من الأصناف والمواد وفق مبدأ، أن الشحنة التي وردت للمخزن مؤخراً هي التي يتم صرفها أولاً .

18-Late-Career **مسار الحياة أو المستقبل الوظيفي المتأخر**

ويسميه بعضهم بالمسار الطويل ، ويقصد به بأن عدد الوظائف التي يمكن أن يترقى إليها الموظف خلال حياته الوظيفية في المنظمة كثيرة مقارنة بنظيريه المسار المتوسط والقصير ، اللذان تكون عدد هذه الوظائف أقل .

19-Late-Mover Advantage Strategy **إستراتيجية ميزة آخر الواصلين**

تفيد هذه الإستراتيجية وتنصح بأن لا نبدأ من الصفر بل نبدأ مما إنتهى إليه الآخرون . فعندما نريد صناعة سيارة مثلاً ، يجب ألا نفكر في تصنيع سيارة من الصفر وأن نصمم كل شيء فيها ، بل يجب دراسة

عدة نماذج للسيارات صنعت سابقاً ، ونأخذ مزاياها ونضيف إليها مزايا جديدة ، وهذا ما فعلته الصناعة اليابانية .

20-Lateral Commnication **الإتصال الأفقي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Horizontal Communication

21-Lateral Market **السوق الأفقي**

هو الذي تتميز سلعه بأنها تلبي حاجات عدد من الصناعات أو المستهلكين ،كسوق منتجات البلاستيك التي تستخدمها العديد من المنشآت والأفراد ، وكذلك صناعة الحاسبات الإلكترونية .

22-Lateral Organizational Chart **الخريطة التنظيمية الأفقية**

هي أحد الأشكال التي يُرسم بوساطتها الهيكل التنظيمي ، من خلالها ترتب المستويات الإدارية من اليمين لليسار ، حيث تأتي الإدارة العليا أولاً ، يليها الإدارة الوسطى ، فالمباشرة ، فقاعة الهرم التنظيمي ، وعليه تنساب السلطة داخل الهيكل التنظيمي من اليمين إلى اليسار .

23-Lateral Skill Path **مسار المهارة الوظيفي الأفقي**

هو مسار وظيفي أفقي (نفس المستوى الإداري أو الوظيفي) يقع عليه عدة وظائف ، يسمح للعاملين الإنتقال لهذه الوظائف الأفقية لاكتساب المهارات المصاحبة لها ، وذلك من خلال ممارسة الفرد لمهام الوظيفة المنقول إليها وتحمل مسؤولياتها .

24- Lateral Transfer of Employees **نقل العاملين الأفقي**

حركة إنتقال العاملين من وظيفة لأخرى بنفس المستوى الإداري ، ويكون لأسباب متعددة منها : التدريب (النقل هنا مؤقتاً) مواجهة ضغط العمل في بعض الوحدات الإدارية (النقل هنا إما دائم أو مؤقت) ، أو القرب من مكان إقامة الموظف المنقول ، ولا يترتب على هذا النقل زيادة في الراتب أو الأجر .

25-Layoff ***التسريح من العمل***

قرار يتم بموجبه الإستغناء عن خدمات بعض العاملين في المنظمة بسبب عدم الحاجة إليهم ، ويكون بسبب وجود فائض لديها في القوى العاملة ، أوأن الوظيفة أو العمل الذي يؤديه العامل أو الموظف قد تم إلغاءه . والتسريح يختلف عن الطرد ، الذي يحدث بسبب إرتكاب الفرد مخالفة جسيمة يستوجب الأمر معها فصله من العمل ، في حين أن التسريح يحدث بسبب عدم الحاجة لخدمات الفرد ، وتدفع المنشأة له كامل حقوقه التي يستحقها منها .

26-Layoff Pay **تعويض التسريح من العمل**

مبلغ من المال تدفعه المنظمات في بعض البلدان بشكل طوعي أو إلزامي بموجب القانون ، لكـــل عامـــل تستغني عنه لعدم حاجتها له .

27-Lead Not Drive **يقود ولا يسوق**

يمثل هذا المصطلح إحدى مهام القيادة الإدارية ، ويعني أن القائد يجب أن يكون قدوة لمرؤوسيه ، يوجههم ويرشدهم للإتجاه الصحيح بعد التشاور معهم ومشاركتهم له في صنع القرار المناسب، فالمرؤوسين ليسوا بقطيع ماشية يسوقهم الراعي لأي مكان يريده ويرغبه دون إعتراض أو بيان للرأي .

28-Leader as a Father **القائد كأب**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Paternity Leadership

القيادة الأبوية

29-Leader as a Mother **القائد كأم**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Maternity Leadership

القيادة الأم

30-Leaderless Group Discussion **جماعة النقاش الحر بدون قائد**

أحد الأساليب التدريبية ، بموجبه يُجمع عدد محدود من الأفراد الذين لا يعرفون بعضهم سابقاً في مكان معين ولفترات زمنية متكررة ، ليناقشوا بعضهم بعضاً بحرية ودون وجود قائد لإجتماعاهم . فمن خـــلال المناقشات التي تدور بينهم بحرية ، يطلع كل فرد منهم على أفكار وآراء الآخرين فيستفيد منها .

31-Leadership **القيادة**

مجموعة الصفات والقدرات والخبرات والمؤهلات والإستعدادات التي تجعـــل الـــرئيس أو المـــدير في أي مستوى إداري داخل المنظمة قادراً على التأثير الإيجابي في أداء وسلوك مرؤوسيه وتوجيههم الوجهة الـــتي يريدها ، وتنفيذ أوامره وتوجيهاته عن رغبة وقناعة ومحبة ، ومساعدة مرؤوسيه على أداء مهامهم بشـــكل جيد ، ويُحَسِنْ ويطور هذا الأداء باستمرار ، ويساعدهم على حل مشاكلهم . إذاً فالقيادة هي صفة يجب على الرؤساء أن يتحلوا بها ليكونوا قادة ، وبالتالي فهي ليست حكراً على الإدارة العليا ، بـــل يمكـــن أن تكون في أي مستوى إداري داخل المنظمة .

32-Leadership Power **قوة (نفوذ) القيادة**

قوة القيادة هي قدرة أو مقدرة القائد على التأثيرالإيجابي في سلوك وتصرفات مرؤوسيه Power is an ability to influence in subordinates actions and behavior وتوجيهها وفق ما يريده وعن قناعة ورغبة منهم . فقوة القيادة إذاً هي ليست السلطة لأن السلطة هي دعـــوة للقائد لاستخدام قوتـــه

وعليه فالسلطة تبقى ساكنة ، Authority is invitation to use power and not power itself حتى تأتي القوة لتحريكها أو لتفعيلها ، أي أنها تمكن القائد من إستخدام قوة التأثير الإيجابي في مرؤوسيه فيطيعونه عن رغبة وقناعة .

33-Leadlees Team-Work **فريق عمل غير مُقاد (غير مرؤوس)**

مصطلح أطلق على فرق العمل المدارة ذاتياً ، التي تمتلك السلطة في أن تختار وتصمم وتحدد وتقيم أعمالها بنفسها ، وتصنع القرارات التي تراها مناسبة لتحقيق أهدافها ومعالجة مشاكلها ، ووضع الحلول المناسبة لها بشكل جماعي من قبل أعضاء الفريق .

34-Lean Production System **نظام الإنتاج الإعتمادي (التبادلي) أو المرن**

هو أحد أنماط الإنتاج الذي يتصف بالمرونة العالية في أداء العمل ، حيث لا يعتمد على عمال يمتلكون مهارة واحدة متخصصة فقط ، بل على عمال يمتلكون مستوى عالي ومتنوع من المهارات ، بحيث يتيح هذا التنوع لهم أن يمارسوا عدة مهام أو أعمال ضمن المرحلة الإنتاجية الواحدة على خط الإنتاج ، بشكل يمكن معه أن يحلوا محل بعضهم بعضاً في العمل داخل المرحلة الواحدة . وعليه فهذا النظام وبهذه الصورة وفر إعتمادية متبادلة بين العمال ، مما يحقق الجماعية والتعاون في العمل . وبموجب هذا النظام يسمح للعمال المشاركة في حل مشاكل العمل ، ويسمح لهم أيضاً المشاركة في صنع القرارات .

35-Learning by Doing **التعلم عن طريق الفعل**

مدخل يُستخدم في مجال التعلم والتدريب ، من خلاله تتاح الفرصة للمتعلم المتدرب أن يمارس عملاً وكأنه في واقعه العملي والفعلي ، وذلك باستخدام مواقف وظروف مصطنعة مطابقة لهذا الواقع . وبعد أن ينتهي تعلمه على المواقف والنماذج (آلات ، تجهيزات ...الخ) المصطنعة ، ينقل للعمل الأصلي ليمارس فيه ما تعلمه فعلياً . فالطيارون على سبيل المثال وقبل أن يمارسوا قيادة الطائرة فعلياً في الجو يتعلمون بوساطة الحاسوب الآلي عملية الإقلاع والهبوط ... الخ ، وكأنهم موجودون في داخل طائرة حقيقية . إذاً يمكن القول أن هذا النوع من التعلم هو غير واقعي أي مصطنع ، لكنه مطابق للواقع الفعلي ويسمح بممارسة الوظيفة أو العمل في ظروف مصطنعة مطابقة للواقع .

36-Learning by Trial and Error **التعلم عن طريق التجربة والخطأ**

يحدث التعلم لدى الإنسان من خلال هذا النموذج عن طريق تجربة السلوك ، فإذا حققت تجربة السلوك الغاية المطلوبة ، فسوف يكرر الإنسان هذا السلوك مستقبلاً ، وإذا لم يحققها فسوق يمتنع عن تكراره في المستقبل .

37-Learninig Cycle **حلقة التعلم**

وجهة نظر حديثة حيال عملية التعلم في المنظمات ، حيث تؤكد على ضرورة جعل هذه العملية مستمرة لتغطي حاجات ومتطلبات العمل فيها من المهارات . ويقوم منطق ديمومة هذه العملية على أساس أن

الظروف المحيطة بعمل المنظمة وبيئتها الداخلية في حال تغير مستمر، وبالتالي ومن هذا المنطلق وتجاوباً مع هذه التغيرات المتتالية ، يُرى أن تكون مسألة التعلم للقوى العاملة في المنظمة مستمرة ، ذلك لأنه كلما تعلم العاملون مهارات وأشياء تنقصهم ، ظهرت حاجات جديدة وتبدأ عملية التعلم من جديد .

38-Learning Depth — عمق التعلم

أحد المعايير المستخدمة في تقييم برامج التعلم والتدريب ، حيث يقيس ويكشف عن مدى إلمام وفهم وتذكر المتدربين لما تعلموه وتدربوا عليه في البرنامج التدريبي بعد عودهم إلى بيئة عملهم الأصلية من التدريب ، فكلما كانت درجة الفهم والإلمام والتذكر عالية ، دل ذلك على عمق التعلم وبالتالي نجاحه .

39-Learning Law — قانون التعلم

يتكون قانون التعلم من ثلاثة أركان لا غنى عنها من أجل حدوثه لدى الإنسان وهذه الأركان ما يلي:

- الإدراك والفهم العميقين للشيء الذي يجري تعليمه ، فالفهم العميق والإحاطة بمضمونه ، يمنع النسيان السريع له .
- التكرار ، ذلك لأنه يثبت المضمون في الذهن بشكل صحيح ويمنع حدوث النسيان .
- التطبيق العملي للشيء الذي جرى تعلمه ، فالتطبيق هو صمام الأمان للتأكد من مدى الفهم والإستيعاب ، وترسيخ المعلومة في ذهن المتعلم .

40-Learning Organization — منظمة تعلم

مصطلح معاصر في الإدارة يأخذ طابع صفة يجب أن تتحلى بها المنظمات المعاصرة ومفاده : أن تجعل المنظمة نفسها مكاناً للتعلم ، أي أن تجعل من نفسها مكاناً يتعلم فيه قادهًا بشكل خاص ومواردها البشرية الأخرى بشكل عام ،كيف يكونوا مصممين ، ومحسنين ، ومعلمين للآخرين ، ومحدثين ، ومطورين ، وكيف يبحثون عن التحديات . من هذا المنطلق يجب أن تكون عملية التعلم شاملة لجميع العاملين في المنظمة وعملية مستمرة . إذاً يمكن القول بأن منظمة التعلم هي المنظمة التي تبذل جهوداً مستمرة لتعلم جميع مواردها البشرية أشياء جديدة ، ومهارات أيضاً ... الخ ، وتعلمهم كيف يطبقونها ، في مسعى لتحسين جودة سلعتها أو خدمتها التي تقدمها لزبائنها بشكل يرضون عنها .

41-Learning Workplace — مكان العمل مكان للتعلم

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف:

Learning Organization

42-Lease or Buy — إستأجر أو إشتر

سياسة تعمل بها المنظمات الإنتاجية مفادها الإجابة عن التساؤل التالي: هل نقوم بشراء الأصل آلات ، معدات ، وسائط نقل .... الخ) ، أم نقوم باستئجاره من جهة معينة لقاء مبلغ من المال ؟ الجواب يكون

عادة من خلال المفاضلة بين مزايا كل من الإثنين ، فأيهما تكون مزاياه أكثر يكون هو الأفضل ، وذلك وفق ظروف المنظمة التي تختلف من واحدة لأخرى .

43-Leasing of Facilities and Equipment — إستئجار التسهيلات و التجهيزات

الإستئجار هنا هو عقد يتم بين المستأجر (الشركة أو المشروع) والمؤجر (مالك التسهيلات والتجهيزات) بحيث يتيح أو يسمح هذا العقد للأول أن يستخدم ملكية الثاني للتجهيزات (آلات، معدات، سيارات ... الخ) ، لفترة زمنية محددة ، لقاء مبلغ من المال يدعى بالإيجار ، ولا يعتبر الإيجار هنا ديناً أو قرضاً ، بل هو بديل عن الشراء . ويحقق الإستئجار مزايا متعددة أهمها ما يلي :

- يُقتطع مبلغ الإيجار من المبلغ الخاضع للضريبة .
- يقلل من الحاجة للسيولة النقدية .
- عدم تحمل تقادم التجهيزات المستأجرة فنياً .

44-Leaves — الإجازات

عدد الأيام والساعات التي يحق للعاملين الغياب فيها عن العمل وتدفع المنظمة راتب أو أجر هذا الغياب. وتشتمل الإجازات على أنواع متعددة منها : الإجازة السنوية ، الإجازة الطارئة وتكون لمدة يوم عادة ، الإجازة الساعية وتكون لساعة أو أكثر في اليوم ولعدد محدود من المرات شهرياً ، إجازة الحج لبيت الله الحرام ، إجازة الولاة والأمومة للنساء ، الإجازة المرضية .

45-Leave Without Pay — إجازة بلا راتب أو أجر

تسمح قوانين العمل في غالبية الدول والأنظمة الداخلية للمنظمات للعمال ، بالانقطاع عن عملهم لفترة زمنية محددة بدون راتب أو أجر، وذلك بسبب ظرف ما لديهم ، دون الضرورة للإفصاح عنه لإدارة المنظمة ، ولا تحتسب مدة هذه الإجازة من ضمن أقدمية الموظف .

46-Left Over Stock — مخزون فائض

كمية معينة من المخزون هي زيادة عن حاجة العمل ، هذه الكمية أو الفائض يجب التخلص منه لأن له تكلفة تتمثل : بتجميد مال على شكل مخزون يمكن إستثماره أوإستخدامه في مجال آخر، تعرضه للتقادم والتلف والسرقة...الخ ، شغله لحيز مكاني داخل المستودع .

47-Legal Authority — السلطة الرسمية القانونية

هي التي يكون مصدرها القانون والدستور وبالتالي فهي موجودة في الجهاز الحكومي أو الإدارة العامة ، حيث تعطي الحق القانوني والشرعي في إصدار الأوامر والقرارات ، فهي سلطة جميع المناصب التنفيذية والإدارية للعاملين في الدولة (رئيس الجمهورية ، رئيس مجلس الوزراء ، الوزراء، المدراء العامين...الخ) . يفهم من ذلك أن السلطة القانونية موجودة لدى الرئاسات في أي موقع من مواقع العمل في الجهاز الحكومي وفي كافة المستويات الإدارية .

48-Legal Cash Reserve **الإحتياطي النقدي القانوني لدى المصرف**

ويسميه بعضهم بالإحتياطي النقدي الإلزامي ، وهو مبلغ من المال تحدده السلطات النقدية التي هي عادة المصرف المركزي ، يتوجب على المصارف إيداعها لديه .

49-Legal Communications **الإتصالات القانونية**

هي الإتصالات التي تتم بين السلطة التنفيذية في الدولة التي يمثلها جهاز الإدارة العامة ، والسلطة التشريعية والقضائية بهدف إصدار القوانين الجديدة ، أو تعديل بعض القوانين المعمول بها حالياً ، أو الإلتزام بالأحكام القضائية الواجبة التنفيذ ، بما يحقق فاعلية العمل الإداري العام في الجهاز الحكومي .

50-Legal Environment for Investment **البيئة القانونية للاستثمار**

تشتمل هذه البيئة على كافة التشريعات والقوانين الحكومية وأجهزة وأدوات تنفيذها (المحاكم ، وأجهزة الأمن...الخ) ، فالمناخ القانوني هو الذي يشجع على الإستثمار أو عدمه ، وذلك من خلال درجة ما يوفره من حماية وطمأنينة وإستقرار للمستثمرين .

51-Legal Rate of Interest **معدل الفائدة القانوني**

هو أقصى سعر فائدة مسموح للمصارف تحديده ، ويحدد عادة من قبل المصرف المركزي .

52-Leg's Movements Communication **الإتصال بحركات الرِجلْ**

أحد أدوات الإتصال غير اللفظي ونوع من أنواع لغة الجسد ، من خلاله يمكن نقل رسالة قصيرة للآخرين . فضرب الرجل على الأرض بشدة يعني الإحتجاج أو الغضب ، وهز الرجلين جلوساً يدل على حالة من التوتر والإضطراب الداخلي وعدم الإرتياح ، كما أن وضع رجل فوق رجل جلوساً وتحريك إحداهما يعني التكبر والغطرسة .

53-Leniency Rating Error **خطأ التساهل في التقييم**

خطأ يقع فيه المقيمون في عمليات التقييم بوجه عام وتقييم أداء الموارد البشرية في العمل بوجه خاص مفاده : أن يقيم المقيم غالبية مفردات التقييم (أفراد ، أشياء) بتقدير عالي . في هذه الحالة يكون قد كسر قاعدة منحى التوزيع الطبيعي الإحصائية ، التي تفيد بأن قيم الظواهر تتركز حول قيمة متوسطة ثم تتشتت بشكل متناظر إيجاباً وسلباً عن هذه القيمة ، فالتساهل في هذه الحالة يعني إعطاء المقيم تقديرات عالية لبعض مفردات التقييم لا يستحقونها ، وبالتالي تكون عملية تقييمه غير صحيحة وغير موضوعية .

54-Letterhead **رأسية المطبوعات**

قرطاسية خاصة بالمنظمة (شركة ، وزارة ... الخ) كالأوراق ، والمغلفات ، والإستمارات ، والنماذج مطبوع على رأسها وعلى إحدى زواياها أو في أسفلها عنوان المنظمة الجغرافي ، رقم فاكسها ، ورقم هاتفها وبريدها الإلكتروني .

55-Letter of Credit — رسالة إعتماد مستندي

وثيقة مالية يُصدرها مصرف بأمر مشتري ، يرسلها إلى بائع في دولة أو منطقة جغرافية أخرى ، يشعره ويؤكد له بأن المشتري الذي إشترى منه بضاعة قد دفع قيمتها له ، وفق بنود العقد المبرم بينهما ، وأن القيمة محفوظة له لديه ، ليقوم البائع بإرسال أوشحن البضاعة للمشتري التي إشتراها منه .

56-Letter of Guarantee — خطاب ضمان

قيام المصرف بإصدار خطاب يضمن بموجبه عميله في تنفيذ صفقة تجارية خارجية قد تكون عملية إستيراد أو تصدير.

57-Levaraged Buyout of Bonds — الشراء بالمديونية للسندات

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Junk Bonds

السندات الرديئة

58-Liberalization of Commerce — تحرير التجارة

المقصود بتحرير التجارة ، رفع الحواجز التي تحول دون دخول وخروج السلع من وإلى الدولة ، وتوفير السبل والإجراءات التي تسهل من هذه العملية . ويحدث تحرير التجارة على مستويات : الأول بين دولتين، والثاني بين مجموعة من الدول ، والثالث على مستوى العالم كما هو الحال في منظمة التجارة العالمية .

59-License to Manufacture — الترخيص بالتصنيع

سماح يعطيه منتج سلعة (أو خدمة) لمنتج أخر ليقوم بإنتاجها وتمويل تصنيعها بموجب عقد قانوني بينهما، حيث يقوم المرخص له بإنتاج هذه السلعة في منطقة جغرافية محددة لفترة زمنية يُتفق عليها بينهما، وذلك لقاء مبلغ مالي محدد يدفعه المرخص له للأول وهو منتج السلعة الأصلي ، الذي يزود المرخص له بكافة التصاميم وأسلوب التصنيع...الخ . ويحمل المنتج الإسم والعلامة التجارية للمنتج الأصلي ، الذي يحق له أن يراقب عمل المرخص له ، ويفرض عليه شراء تجهيزات ومواد معينة ، وأن ينتج بمواصفات ومستوى جودة يحددها هوحفاظاً على سمعة منتجه في السوق .

60-Licensed Brand — العلامة التجارية المرخصة

تسمح عقود الترخيص التي تمنح بموجبها الشركة مانحة الترخيص لمنشأة أخرى بإنتاج منتجها (سلعة أو خدمة) ، بأن تضع عليه نفس العلامة التجارية التي تضعها هي على منتجها الأصلي ، أي تكون العلامة التجارية واحدة في هذه الحالة .

61-Lie Detector Test — إختبار كشف الكذب

يستخدم هذا الإختبار في ميادين كثيرة من ضمنها ميدان الأعمال ، وبشكل خاص في عملية إختيار وتوظيف القوى العاملة . فبعض الوظائف كالمالية ، الدفاع ، الأمن وغيرها ، تحتاج إلى توفر درجة عالية من الصدق والأمانة لدى من يعمل فيها ، لذلك تلجأ المنظمات إلى استخدام هذا الإختبار في عملية إختيار الموارد البشرية للعمل في مثل هذه الوظائف . وتقاس درجة الصدق عادة بأحد المدخلين التاليين: الأول تقليدي يعتمد على توجيه أسئلة غير مباشرة للشخص ، حيث من خلال إجاباته يمكن معرفة درجة صدقه. والثاني حديث يستخدم جهازاً إلكترونياً يقيس درجة ذبذبات المخ لدى الشخص عندما يطرح عليه السؤال ويجيب عنه ، فسرعة الذبذبات هي مؤشر لدرجة الصدق .

62-Life Cycle Benefits — منح(مزايا إضافية) دورة الحياة الوظيفية

خدمات متنوعة تقدمها المنظمات للعاملين لديها للإستفادة منها حسب أعمارهم ، أي أن كل خدمة تقدم لفئة عمرية معينة على النحو التالي :

- حضانة لرعاية الأطفال : يستفيد منها فقط الشباب المتزوجون حديثاً .
- رياض الأطفال : يستفيد منها المتزوجون الذين مضى على زواجهم فترة زمنية ، حيث تقدم لأطفالهم خدمات تعليمية ورعاية صحية .
- خدمة التأمين على الحياة : ويستفيد منها الكبار في السن الذين مضى على عملهم في المنظمة فترة طويلة من الزمن .

63-Life Insurance Employee Benefit — مزية التأمين على الحياة الوظيفية

تقدم بعض المنظمات للعاملين لديها بوليصة تأمين على الحياة كمزية وظيفية وحافز على العمل ، وكوسيلة لزيادة ولائهم وإنتمائهم لها . وتغطى تكلفة التأمين بأحد الأشكال التالية :

- أن تدفع المنظمة كامل التكلفة (تحفيز عالي المستوى) .
- تغطي المنظمة جزءاً من التكلفة .
- يتحمل العاملون كامل التكلفة ويحصلون على خصم من شركة التأمين يستفيد منه العاملون ، ويقدم هذا الخصم بمناسبة التأمين الجماعي .

64-Life Long Learning and Training — التعلم والتدريب طوال الحياة الوظيفية

يشير هذا المصطلح إلى ضرورة جعل التعلم والتدريب عملية يخضع لها جميع العاملون في المنظمة وطوال حياتهم الوظيفية فيها، وهذا المصطلح مشتق من مفهوم يدعى "منظمة التعلم" الذي ينادي بجعل المنظمة مكاناً للتعلم والتدريب المستمرين ، حيث تؤكد الإدارة المعاصرة على أهمية ذلك ، من أجل مواكبة كل جديد ، وجعل العاملين أكثر قدرة وإمكانية على التجديد والتحسين والإبتكار .

65-Lifestyle — نمط الحياة أو المعيشة

مصطلح شائع إستخدامه في مجال التسويق ويشير معناه ، إلى مجموعة العادات الإستهلاكية والمعيشة اليومية السائدة في مجتمع معين ، التي لها إنعكاس على قرارات أفراده الشرائية ، وعلى أعمالهم ، وإهتماماتهم ونشاطاتهم .

66-Likert Leadership Theory — نظرية ليكرت عن القيادة

صنف "رنسيس ليكرت Rensis Likert " المفكر الإداري المشهور أنماط القيادة في أربعة أنماط هي مايلي:

- النمط التسلطي الإستغلالي : يركز هذا النمط على الإنجاز ، وليس لديه ثقة بمرؤوسيه ، ولا يشركهم في صنع القرارات ، والإتصال بهم باتجاه واحد ، وأسلوب تحفيزه هو المكافأة والعقاب وهو متسلط لا يسمع شيئاً من آراء مرؤوسيه .
- النمط التسلطي النفعي : هو نفس سمات النمط السابق باستثناء أنه عندما تقتضي مصلحته أن يسمع رأي مرؤوسيه ، فهو يسمح لهم بتقديم اقتراحاتهم لكن ضمن حدود ضيقة .
- النمط الإستشاري : يثق بمرؤوسيه ويسمح لهم بإبداء آرائهم ومقترحاتهم قبل صنع القرار، ويفوضهم جزءاً من سلطته لمعالجة الأمور الروتينية ، والإتصال بهم هو باتجاهين .
- النمط الجماعي المشارك : وهو الذي أيده ليكرت ، حيث يثق هذا النمط كثيراً بمرؤوسيه ويركز على عمل الفريق وروح التعاون ، ويؤكد على مشاركة المرؤوسين في صنع القرارات ، والتحفيز لديه على قدر إنجاز الأهداف .

67-Limited Check — الشيك المحدود

يقصد به الشيك المحدود المبلغ (ذو مبلغ محدد) ، ويستعمل في العادة في صرف رواتب وأجور العاملين ، حيث يذكر مبلغ الشيك على وجهه ، منعاً لمحاولة زيادة مبلغه .

68-Limited Credit and Delivery Wholesalers — تجار الجملة الذين يمنحون إئتماناً محدوداً ويسلمون البضاعة للمشتري

هم أحد أنواع تجارة الجملة الذين يبيعون السلع لتجار التجزئة نقداً أولأجل أي يمنحونهم إئتماناً تجارياً (بالدين) ، ويقدمون لهم خدمة نقل البضاعة ، لكن بحدود ضيقة .

69-Limited-Function Wholesalers — تجار جملة محدودي الخدمة

يتخصص هؤلاء ببيع أصناف معينة من السلع ، ولا يبيعون بالأجل أي لا يقدموا إئتماناً تجاريا للمشترين، ولا ينقلوا البضاعة للمشتري ، فخدماتهم محدودة جداً .

70-Limited Growth Strategy — إستراتيجية النمو المحدود

إحدى الإستراتيجيات التي تشتمل عليها الإدارة الإستراتيجية ، بموجبها تستمر المنظمـة في نشـاطها في خدمة زبائنها بنفس النهج الذي إتبعته في الفترة المنتهية ، وبنفس الأبعاد تقريبـاً دون تغـيير أساسـي أو جوهري .

71-Limited Liability Company — شركة ذات مسؤولية محدودة

إحدى الأشكال القانونية لملكية شركات الأشخاص التي يمتلكها مجموعة مستثمرين ليسوا شركاء متضامنين ، وليسوا حملة أسهم ، بل هم شركاء يمارسون نشاطاً إقتصادياً لتحقيق الربح ، ومسؤوليتهم المالية محدودة لا تطال أموالهم الخاصة ، وأرباح الشركة توزع عليهم ، وغالباً ما يكون الشركاء من الأقارب والأهل . ويعهد بإدارة هذه الشركة لعدد من الشركاء لتسيير أعمالها بغض النظر عن مقدار حصتهم في رأس مالها . وبوجه عام تختلف القواعد الناظمة لهذه الشركات من بلد لأخر ، لكن ما ذكرناه آنفاً هي قواسم مشتركة موجودة لدى معظم البلدان .

72-Limited Liability of Owners — مسؤولية الملاك المحدودة

تعني أن مسؤولية المالك أو الشريك محصورة بمقدار مساهمته أو حصته في رأس مال المشروع أو الشركة فقط ، ولا تطال أمواله وممتلكاته الخاصة عندما يشهر إفلاسها وتُصَفى أعمالها ، فالدائنون يحصلون على حقوقهم من بيع ممتلكات المشروع فقط . هذه المسؤولية غير موجودة في المنشـآت الفرديـة وشـركات التضامن ، بل موجودة في الشركات المساهمة وشركات ذات المسؤولية المحدودة .

73-Limited Tender — المناقصة المحدودة

هي التي لا يعلن عنها في الصحف ، إنما ترسل إلى عدد محدود من الموردين وتستخدم عادة في الحـالات التالية :

- كمية الشراء صغيرة .
- قيمة الشراء صغيرة .
- عدد الموردين الذين يتعاملون مع الصنف قليل .

وتجدر الإشارة إلى أن إجراءات المناقصة المحدودة لا تختلف عن إجراءات المناقصة العامة ، فالإختلاف هـو فقط أنه لم يعلن عنها .

74-Line Authority — السلطة التنفيذية

بموجب هذا النوع من السلطة يحق لصاحبها صنع قرارات وإصدار أوامر ملزمة التنفيذ من قبل الآخرين، وهي تأخذ شكل يدعى بخط السلطة Chain of Command الذي تنساب من خلاله الأوامر والتعليمات وفق سلسلة من العلاقات الرسمية لا انفصام بينها من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته ، وهـذه السـلطة تسهم بشكل مباشر في تنفيذ العمل وتحقيق أهدافه . يتضح من ذلك أن السلطة التنفيذية تشـكل خطـاً مباشراً بين الرئيس ومرؤوسيه عبر المستويات التنظيمية التي يشتمل عليها الهيكل التنظيمي، بموجبها يكون

معروفاً لدى المرؤوسين بمن سوف يتصلون ، ومن يصدر لهم الأوامر ، ومن هو المسؤول عنهم . وعليه يمكن القول أنه بموجب السلطة التنفيذية وعبر المستويات التنظيمية ، يصبح كل رئيس رئيساً للمستوى الأدنى ومرؤوساً للمستوى الأعلى .

75-Line Credit — إعتماد مصرفي مفتوح المدة

قرض مالي قصير الأجل ولمدة زمنية محددة غالباً ما تكون لسنة واحدة تمنحه بعض المصارف التجارية لعملائها. بموجبه يحدد المصرف بالإتفاق مع العميل مبلغاً من المال يمكن للثاني أن يسحب منه مبالغ طوال المدة المحددة والمتفق عليها ، وأن يحرر شيكات على هذا المبلغ ، شريطة عدم تجاوزه خلال المدة المحددة المتفق عليها بين الطرفين . تمنح هذه الميزة عادة لمشاريع أعمال قائمة وتعمل ، كأحد التسهيلات الإئتمانية التي تمنحها المصارف التجارية لعملائها .

76-Line Management — الإدارة المباشرة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Direct Management

الإدارة المباشرة

77-Line Manager — مدير ذو سلطة تنفيذية

هو المدير الذي يمتلك سلطة صنع قرارات تسهم في تحقيق أهداف المنظمة بشكل مباشر، من خلال ما تحققه قراراته من خفض للتكاليف ، وتحسين الجودة ، وقيمة مضافة...الخ . فمن صلاحية هذا المديرأن يضع أهدافاً وخططاً خاصة بالوحدة الإدارية التي يرأسها ، بحيث تسهم في إنجاز إستراتيجية المنظمة من خلال عمل مرؤوسيه . ومن أمثلة هذا المدير: مديرالإنتاج ، التسويق ، المالي ... الخ .

78-Line of Command — خط سلطة الأمر

ويسميه بعضهم بخط السلطة التنفيذية وآخرون يسمونه بخط تسلسل السلطة التنفيذية ، ويشير إلى القنوات التي تمر من خلالها الأوامر من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته مروراً بالمستويات الإدارية . وهذا الخط تحدث عليه عمليات تفويض السلطة من رئاسات من مستوى إداري أعلى إلى مستوى أدنى ، وبالتالي فهذا الخط هو الذي يربط قمة الهرم التنظيمي مع قاعدته ومن خلاله تتسلسل المسؤوليات صعوداً .

79-Line of Formal Authority — خط السلطة الرسمية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Line Of Command

خط سلطة الأمر

80-Line Organizational Structure — الهيكل التنظيمي التنفيذي

يسمي بعضهم هذا الهيكل التنظيمي بالتنظيم "الرأسي" أو "العسكري" أو "السلطوي" وهو أقدم الهياكل، حيث إستخدمته الكنيسة في القرون الوسطى في ترتيب الدرجات الكهنوتية ، مما دفع الكتاب إلى

تسميته بالتنظيم "الكهنوتي أو الهيراركي" . ويعتمد التنظيم التنفيذي على مركزية السلطة وتسلسلها وعلاقاتها الرأسية ، التي تربط المستويات الإدارية بعضها ببعض ضمن الهيكل التنظيمي . وإستناداً لذلك يملك كل رئيس سلطة كاملة في توجيه عمل مرؤوسيه ، والسلطة تنساب من القمة لقاعدة الهرم التنظيمي بشكل مباشر ومتصل ، ومن خلاله تصدر الأوامر والتعليمات للمرؤوسين . وفي هذه الحالة يكون الهيكل التنظيمي خالياً من الإستشاريين ، والمدير العام يكون ملماً بكل الأمور ولا يحتاج إلى درجة تخصص فنية عالية .

81-Line-Term Budgeting موازنة البنود

هي إحدى أنواع الموازنة العامة للدولة وتعبر عن الطريقة التقليدية في تبويبها وتشتمل على نوعين من التصنيف :

- التصنيف على أساس الوزارات والمصالح الحكومية وإحتياجات كل منها من الأموال .
- التصنيف على أساس نوع المصروفات والنفقات ، حيث يركز هذا التبويب على الوسائل التي تنفق من أجلها الأموال بغرض تلبية إحتياجات الأجهزة الحكومية لتنفيذ أعمالها ، وبالتالي يسمى هذا التبويب بالتبويب النوعي ، أي تخصيص الإعتمادات المالية على أساس الأشياء التي تشترى والخدمات التي يُحتاج تقديمها لدفع أجور وأثمان .

82-Liner Programming البرمجة الخطية

تعد البرمجة الخطية أحد أساليب إتخاذ القرارات في مجال تخطيط الإنتاج ، حيث تعتبر أداة رياضية وبيانية يمكن تطبيقها في إستخدام وإستغلال الموارد المتاحة في أقسام الإنتاج داخل المنظمات الصناعية بوجه خاص. فهي تعالج كيفية تخصيص الموارد المتاحة للوصول إلى أدنى تكلفة أو أعلى ربح ممكن من وراء إستخدامها ، حيث تتعدد أوجه إستخدامها وتتحقق نتائج متباينة من كل إحتمال على حده . إذاً يمكن القول إن البرمجة الخطية تبحث عن الإستخدام الأمثل للموارد المتاحة من أجل تحقيق أكبر ربح أو أدنى تكلفة ممكنة ، ويكثر إستخدامها في المنظمات التي تقوم بإنتاج أكثر من سلعة واحدة ، حيث تحتاج إلى صنع قرار إنتاجي يحدد لها الكمية الواجب إنتاجها من كل سلعة ، لتحقق أعلى ربح ، بإستخدام الموارد المتاحة أفضل إستخدام ، بما يسهم إسهاماً فعالاً في تعظيم ربحيتها ، وبعبارة أخرى تحديد المزيج الإنتاجي الأمثل .

83-Liquid Assets الأصول السائلة

كافة موجودات المنشأة التي تكون على شكل نقدية جاهزة في الصندوق لديها ، أو في حسابها المصرفي الجاري ، وكذلك كافة الأصول التي يمكن تحويلها إلى نقدية خلال فترة زمنية قصيرة ، مثل البضاعة ، وأوراق القبض .

84-Liquidation Strategy إستراتيجية التصفية

إحدى إستراتيجيات الأعمال بموجبها يتم إيقاف نشاط المنظمة بشكل نهائي وبيع موجوداتها للحصول على سيولة نقدية لسداد الديون المترتبة عليها ، وإذا بقي شيئاً من الأموال يتم توزيعها على الملاك ، وبالتالي فالتصفية تعني زوال المنظمة من الوجود . وتتبع هذه الإستراتيجية عندما تتلاحق خسائر المنظمة وتدرك أنه لا توجد وسيلة لإنقاذ الموقف ، فبدلاً من تأزم الوضع بشكل أكبر، تلجأ إلى تصفية أعمالها ، وبيع موجوداتها ، تلافياً لحدوث خسائر أكبر .

85-Liquidity — السيولة

تمثل كافة الأموال النقدية Cash Money المتاحة أوالجاهزة الموجودة فعلياً في صندوق المنشأة أو في حسابها المصرفي الجاري ، التي يمكن إستخدامها فوراً في عمليات الشراء وسداد الإلتزامات المترتبة عليها .

86-Liquidity Trap in Economy — فخ السيولة في الإقتصاد

يشير معنى هذا المصطلح إلى سعي بعض الحكومات في حالة الركود الإقتصادي إلى تخفيض أسعار الفائدة لتخفيف حجم الأموال المودعة في المصارف ، وزيادة حجم الكتلة النقدية في الوقت نفسه . فزيادة حجم هذه الكتلة سيؤدي إلى إرتفاع حجم الطلب على السلع والخدمات في السوق، وسيكون ذلك وسيلة للتخلص من الركود الإقتصادي وتحقيق الإنتعاش فيه . وقد سميت هذه السياسة بالفخ لأنها علاج وقتي وله آثار سلبية على المصارف والإستثمارات . فإنخفاض حجم الودائع لدى المصارف بسبب تخفيض سعر الفائدة ، سيشل قدرتها على منح القروض من أجل الإستثمارات التي تنعش إقتصاد البلد .

87-Listening Skill — مهارة الإصغاء

تمثل أحد ركني الإتصال الشفهي وهما : التحدث والإصغاء ، فالإصغاء الجيد يساعد المتصل على إستيعاب وفهم ما ينقله المتحدث أو المتصل من معلومات أو أفكار إليه ، وتتكون هذه المهارة مما يلي :

- عدم الشرود الذهني أثناء الإصغاء ، والتركيز على ما يقوله المتحدث .
- عدم الإكتفاء بالمعاني الواضحة في الحديث ، بل البحث عن المعاني الضمنية فيه .
- تهيئة النفس فسيولوجياً ونفسياً للإصغاء .
- جعل التفكير مفتوحاً لكل ما يقوله المتحدث .
- عدم التحيز في إستيعاب وفهم الحديث ، أي قبول الأفكار التي تتماشى مع مفاهيم وآراء المصغي، ورفض أوعدم الإنتباه للباقي .

88-Loan Against Credit Balance — القرض بضمان رصيد دائن

قرض يمنحه المصرف لعميل بضمانة حسابه المفتوح لديه أولدى مصرف آخر، يقبل صاحبه وضعه ضماناً لسداد القرض .

89-Loan Amortization — إستهلاك القرض

سداد مبلغ القرض وفوائده من قبل المقترض على دفعات ، ووفق جدول زمني محدد .

90-Loan-Carry Trade **تجارة القرض المحمول**

مصطلح معروف في مجال الإستثمارات المصرفية ويفيد معناه إلى ما يلي : عملية يتم من خلالها إقتـراض أموال من بلد يكون سعر الفائدة فيه منخفضاً ، ليتم إقراضه في بلد آخر يكون سعر الفائدة فيه أعلى مـن سعر الفائدة في البلد الذي تم فيه الإقتراض .

91-Loan Collectability **قرض يمكن تحصيله**

قرض مصرفي يُمنح بضمان أصول ، فإمكانية تحصيله هنا مضمونة لأنه يمكن تحصيله عـن طريـق بيـع الأصول لتحصيل قيمة القرض .

92-Loan of Employee **إعارة الموظف**

ندب الموظف من منظمته للعمل في منظمة أخرى ، إما بناء على طلب منه ، أو من قبل منظمته بالإتفـاق مع المنظمة الثانية . وهذا الندب يكون لفترة زمنية محددة في قرار الإعارة ، بانتهائها يعود الموظف المنـدب إلى مكان عمله الأصلي في المنظمة التي كان يعمل فيها مع الإحتفاظ بكامل حقوقه .

93-Loan Officers **موظفو الإقراض**

تعد مهمة موظفو الإقراض في المصارف من المهام الرئيسة والحيوية فيها ، حيث يقوم هؤلاء بالتعامل مـع عملاء المصرف من شركات وأفراد ، والإحتكاك بهم ، ومساعدتهم على تحديد إحتياجاتهم التمويلية ، ومن ثم توجيههم لملء إستمارات القروض ، وتقديم المعلومات اللازمة لإنشاء القرض .

94-Loan Payment-to Income Ratio **نسبة مدفوعات القرض إلى دخل المقترض**

هي إحدى المعايير التي تستخدمها المصارف في تقييم مدى قدرة المتقدم للحصول على قرض لسداد قيمته مع فوائده ، وهي تمثل النسبة بين المدفوعات الشهرية التي سيرتبها القرض على المقترض ودخله الشهري ، فكلما إرتفع الدخل دل ذلك على مقدرة المقترض على سداد إلتزاماته تجاه المصرف .

95-Loan Service Fees **رسوم خدمة القرض**

تغطي رسوم هذه الخدمة تكلفة ما يلي :

- عملية تحصيل المدفوعات الشهرية من قبل المقترض والراهن .
- إرسال إشعارات الدفع إلى المقترض (والراهن) تذكره بالمدفوعات المستحقة والمتأخرة السداد .
- مسك سجلات موازين القروض .
- تزويد المقترض والراهن بما يحتاجان من معلومات خاصة بالضرائب .
- الإشراف على حساب سندات الضمان .

96-Loan Soundness **صحة القرض**

ويسميه بعضهم بالقرض السليم ، وهو الذي يضع المصرف برنامجاً محدداً وسليماً لإسترداده ، بصـرف النظر عن ما إذا كان القرض بضمان أو بدون ضمان .

97-Loan Store مخزن إعارة

هو مكان تخزن فيه عدد ، ومعدات ، وبعض الآلات الخفيفة ، حيث يتم إعارها ، ثم تعاد للمخزن بعد إنتهاء الحاجة منها ، وبالتالي لا يخزن في هذا النوع من المخازن المواد وقطع الغيار .

98-Loan-to State Value Ratio نسبة قيمة القرض إلى قيمة العقار المرهون

هي إحدى المعايير التي تستخدمها المصارف في مجال تقييم مدى قدرة العقار المقدم للرهن من قبل الراهن على سداد قيمة القرض في حالة توقف المقترض الراهن عن سداد أقساط القرض وفوائده ، أي لمعرفة هل تغطي قيمة العقار قيمة القرض في حالة عدم سداد المقترض له أم لا ؟ لأنه في حالة عدم سداد المقترض لإلتزاماته للمصرف ، سيتحول العقار المرهون لصالح المصرف ، وعليه فكلما كانت قيمة العقار مرتفعة إلى قيمة القرض ، كان ذلك أكثر ضماناً للمصرف .

99-Loanable Funds الأموال الجاهزة للإقتراض

هي النقدية المتاحة والموجودة في المصرف والمخصصة والجاهزة لمنح القروض بفائدة .

100-Loans Selling بيع القروض

عملية يقوم من خلالها المصرف المانح للقرض ببيعه لطرف آخر، الذي يكون في العادة مصرفاً ثانياً . ويتصف هذا النوع من القروض بأنها قصيرة الأجل ، وبموجبها يصبح مشتري القرض هو صاحب الحق في إستلام دفعات سداده ، حيث تنقل مسؤوليته إليه ، ويكون المصرف البائع للقرض في حل من أي إلتزام .

101-Loans Workout معالجة القروض

هي إحدى الوظائف الموجودة في المصارف يناط بها معالجة القروض عند ظهور حالات الإعسار فيها وعدم تسديدها ، حيث يقوم الموظف المختص بتحليل أسباب الإعسار وفشل القرض ، ومن ثم إيجاد الطرق المناسبة لتحصيل أكبر قدر ممكن من القرض ، وتقليل الخسائر والتكاليف المصاحبة لعملية التوقف عن سداده .

102-Local Administration الإدارة المحلية

يشير مفهوم الإدارة المحلية إلى ما يلي :

- تقسيم الدولة جغرافياً لعدد من الوحدات الإدارية تأخذ شكل المحافظات والمدن والقرى..الخ ، في كل منها سلطة محلية تخضع لإشراف وتوجيه ورقابة السلطة المركزية ، وبالتالي فهي تمثل لامركزية العمل الحكومي .
- يحدد دستور الدولة والقوانين نطاق عمل وصلاحيات السلطة المحلية وعلاقتها بالسلطة المركزية .
- تلتزم السلطة المحلية بالأهداف والسياسات الحكومية وخطط التنمية الإقتصادية والإجتماعية للدولة ككل ، التي تضعها السلطة المركزية .

- ترتكز الإدارة المحلية على مبدأ اللامركزية البيروقراطية التي يترتب عليها قيام السلطة المركزية بتفويض بعض سلطاتها للسلطة المحلية .
- تلحق ميزانية الإدارات المحلية وتمول من قبل ميزانية الدولة بشكل رئيس ومن مواردها المحلية .
- تقدم الإدارة المحلية خدماتها العامة لأبناء المنطقة الموجودة فيها .

103-Local Area Networks — شبكات الأعمال المحلية

شبكات إتصال تربط بين مجموعة من الحواسيب بشكل مباشر، لتغطي منطقة جغرافية محدودة . وتتكون في أبسط صورها من حاسوبين أو أكثر متصلين بوساطة كابلات توصيل وبرمجيات تشغيل الشبكة .

104-Local Government — الحكم المحلي

يشير مفهوم الحكم المحلي إلى الجوانب التالية :

- تقسيم الدولة جغرافياً لعدد من الأقاليم أو الولايات أو المحافظات ، لكل منها شخصية معنوية وسلطة محلية مستقلة إدارياً عن الأجهزة والوحدات الإدارية المركزية للدولة .
- يحدد دستور الدولة والقوانين مجالات عمل سلطة الحكم المحلي .
- يلتزم الحكم المحلي في كل إقليم بأهداف وسياسة الدولة العامة .
- السلطة المحلية لا تُعين بل تنتخب إنتخاباً وخاصة المحافظ (أو الحاكم المحلي) .
- ميزانية الحكم المحلي مستقلة عن موازنة الدولة وتمول من الموارد المحلية والمواطنين في الإقليم .
- وجود تنظيمات وأجهزة محلية منتخبة إنتخاباً مباشراً ، ليشارك المواطنون من خلالها في إدارة شؤونهم وتحقيق الرقابة الشعبية على السلطة المحلية .

105-Lockout of Work — الإغلاق التعجيزي للعمل

قيام صاحب أو رب العمل بإغلاق مصنعه أو ورشته كلياً أو جزئياً في وجه عماله ومنعهم من الدخول إليه والعمل فيه ، لإجبارهم على قبول شروطه .

106-Long-Lived Assets — أصول معمرة

موجودات تمتلكها المنشأة والتي لا تستهلك تاريخياً إلا بعد فترة طويلة من الزمن ،كالآلات ، والسيارات والمفروشات ، والأبنية ، وهي التي تسمى بلغة المحاسبة بالأصول الثابتة .

107-Long-Term Employees — العاملون الدائمون

يمثل هؤلاء قوة العمل الأساسية في أية منظمة ، ويكلفون بوظائف هامة وحساسة ، ويكون توظيفهم لفترة طويلة من الزمن (لحين بلوغهم سن التقاعد) ، ويتقاضون راتباً تقاعدياً ، أو مكافأة نهاية خدمة ، عند بلوغهم لسن التقاعد .

108-Long-Term Financing — التمويل الطويل الأجل

هو أحد مصادر الأموال أو التمويل التي تلبي إحتياجات المنشأة من المال ولفترة زمنية طويلة أي أكثر من سنة ، وغالباً يمول الإنفاق الإستثماري أوالرأسمالي ويشتمل هذا التمويل على :

- الأسهم الممتازة .
- الأسهم العادية .
- الأرباح المحجوزة .
- القروض الطويلة الأجل والسندات التي يكون موعد إستحقاقها أكثر من سنة .

109-Long Term Planning تخطيط طويل الأجل

أحد أنواع التخطيط وفق معيار الزمن ويغطي فترة زمنية طويلة ، حيث يرسم الخطوط العامة لنشاط المنظمة وماذا سوف تفعله لتحقيق أهدافها الطويلة الأمد . وتختلف مدة هذا التخطيط من منظمة لأخرى حسب ظروف كل منظمة وسرعة التغير في البيئة المحيطة بها ، فالسرعة العالية تتطلب جعل فترة التخطيط ليست بطويلة والعكس من ذلك صحيح .

110-Loss/Loss Conflict Settlement تسوية الصراع بالخسارة مقابل الخسارة

هي إحدى منهجيات تسوية الصراعات ، وتعتمد على قيام أطراف الصراع بالتنازل عن جزء من مطالبهم ، للوصول إلى حل وسط ، بحيث لا يكون كل طرف منتصراً ولا مهزوماً ، أي أن جميع أطراف الصراع يكونوا قد خسروا جزءاً من مطالبهم .

111-Loss Leader Commodity سلعة الجذب (الخاسرة)

سلعة تباع بالمفرق بسعر منخفض وأقل من أسعار السلع المشابهة المنافسة ، بقصد جذب الزبائن لشراء سلع أو سلعة أخرى . وعليه فهذه السلعة لا تباع لدى تجار الجملة ، بل تباع لدى تجار التجزئة .

112-Love Leadership112-Love Leadership القيادة بالحب

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Maternity Leadership

113-Low-Cost Market Leadership Strategy إستراتيجية قيادة التكلفة

إستراتيجية تنتهجها المنظمات من أجل تحقيق أو كسب أكبر حصة من السوق ، وذلك عن طريق تخفيض تكلفة منتجها أو خدمتها أقل من جميع منافسيها ، وطرحه في السوق بسعر أقل من جميع المنافسين . ويتم ذلك عن طريق إقتصاد التشغيل وضغط النفقات الجارية ، والإنتاج الكبير الذي يخفض من التكلفة الثابتة.

114-Low Management الإدارة الدنيا

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Direct Management

الإدارة المباشرة

115-Low of the Situation — قانون مقتضى الحال

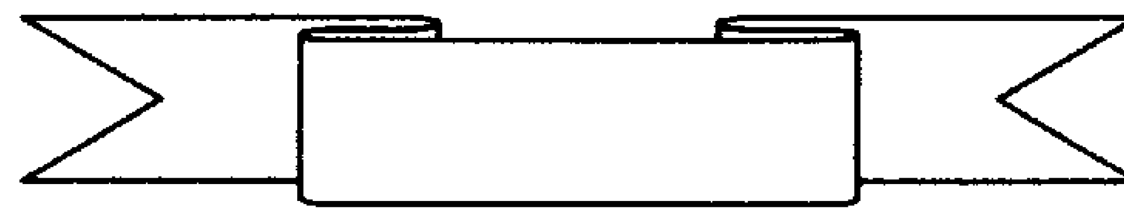
هو الحل أو الإتجاه الذي يفرضه أو يمليه الموقف أو تقتضيه الحالة ، أي عدم وجود بديل آخر.

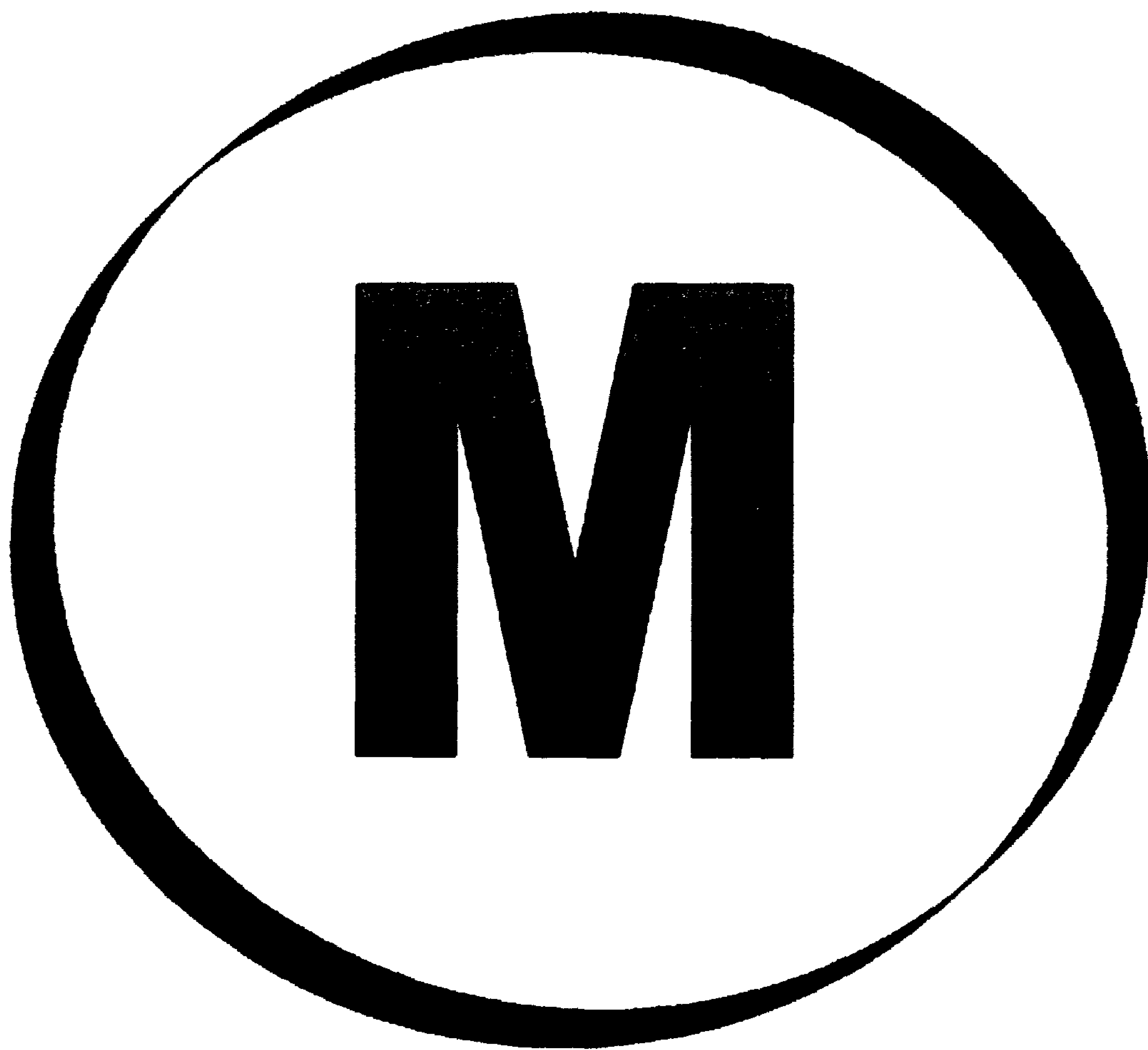
116- Low Penetration Strategy — إستراتيجية إختراق السوق البطيء

تتضمن هذه الإستراتيجية تقديم سلعة أو خدمة جديدة للسوق بسعر منخفض مع ترويج منخفض نسبياً، من أجل تخفيض تكاليفها الكلية للمساعدة في بيعها بسعر منخفض ، الذي يشجع المستهلكين على قبولها وشرائها . وبعد إنتشار السلعة في السوق وتصبح معروفة من قبل المستهلكين ويصبح لها زبائن ، يبدأ المنتج برفع سعرها تدريجياً كل فترة زمنية (أي لا يرفع السعر بنسبة عالية مرة واحدة) .

117-Low-Priced Goods — السلع المنخفضة السعر أو الثمن

هي إحدى أنواع السلع الميسرة أو الإستقراب التي يشتريها المستهلك من أي متجر قريب منه ، حيث لا يقوم بمقارنة سعر بيعها بين المحلات التي تبيعها ، لأن فارق السعر يكون زهيداً لا يوازي الجهد والوقت الذي سيبذله ويصرفه من أجل شرائها من المتجر الذي يبيعها بسعر أقل .




M

1-Machine Loading **حِمْلُ الآلة**

تحديد كمية الإنتاج التي سوف تنتجها الآلة الواحدة في وحدة زمن فعلية (ساعة ، يوم ، شهر) في ضـــوء طاقتها الإنتاجية الفعلية التي من المفروض أن تكون معروفة مسبقاً .

2-Machine Model **نموذج الآلة**

هو الوصف الذي أطلقه النقاد على النظرية الكلاسيكية في الإدارة ، لأنها تنظر وتعتبر العمال وحدات تتحرك آلياً (إنسان آلي) ، فمن واجب العامل أن يتأقلم مع الوظيفة والعمل الذي يكلف به . فهو سلعة يمكن شراءها والتخلص منها وفق رغبة الإدارة . والمنظمة تقوم على أساس عدد من الوظائف والأعمال ، ووحدة التنظيم الأساسية فيها هي الوظيفة ، التي تتكون من مجموعة مهام يتولى أداءها عامل واحد . وعلى ذلك فعند إنشاء المنظمات أودراستها يتوجه الإهتمام إلى الوظيفة ذاتها وإغفال الأفراد الذين ينهضون بها،كما ينبغي أن يُهيء الأفراد أنفسهم وفق حاجات المنظمة، وهي تستغني عن من يعجزون عن ذلك . ويتلقى عمال الإنتاج توجيهات المشرفين دون أن يكون لهم حق التعقيب عليها ، فالأوامر تتجه من أعلى إلى أسفل ، وتقارير الإنتاج أو الأداء هي الإتصال الوحيد الذي يتجه من الأسفل إلى الأعلى ، وهذا ما يدعى بالشارع ذو الإتجاه الواحد ، فالإتصال إلى الأعلى لا يجوز أن يكون للإعتراض أوالنقد ، ذلك لأن الحكمة مستقرة في قمة الهرم التنظيمي ، وأية مقاومة لأوامرها يعد عصياناً هداماً ، ومن علامات ضعف القيادة سماحها لمرؤوسيها مساءلة أوامرها وأفكارها .

3-Machine Set -up Time **زمن تهيئة الآلة**

أحد المُهل الزمنية التشغيلية أوالتصنيعية المعروفة في مجال العمل الإنتاجي ، ويمثل الفترة الزمنية اللازمـــة لتجهيز الآلة أوالآلات للعمل وإستقبال أمر إنتاجي جديد ، بعد إنتهائها من إنجاز أمر إنتاجي سابق .

4-Machine Time **زمن تشغيل الآلة**

عدد ساعات العمل الفعلية المسموح أن تعمل فيها الآلة في اليوم ، ويتحدد عدد هذه الساعات أو هـــذا الزمن في ضوء طاقة الآلة الإنتاجية الفعلية .

5-Macrco Environment **البيئة الكلية**

هي التي تشتمل على مجموعة المتغيرات التي تؤثر في نشاط جميع المنظمات سواء بشكل مباشـــر أو غـــير مباشر، حيث تؤثر في بيئتها الجزئية مثل : المتغير الإقتصادي ، والسكاني ، والسياسي...الخ .

6-Mail Order House **محل بيع بالطلب عن طريق البريد**

مؤسسة للبيع بالمفرق تستلم طلبات الشراء وتجري مبيعاتها عن طريق الكتالوجات والبريد ، حيث يختـــار المشتري السلعة من الكتالوج ويرسل طلب شراءه لها بالبريد لتلبيه له .

7-Maintenance of Status Strategy — إستراتيجية المحافظة على الوضع

تسعى هذه الإستراتيجية إلى المحافظة على الوضع الراهن للمنظمة وبكامل أبعاده في التعامل مع السوق (المنافسون ، الزبائن) والإنتاج . وتُستخدم عندما تجد المنظمة بأن أداءها في السوق مرضي ، وأن البيئة التي تعمل فيها مستقرة ، وأرباحها جيدة .

8-Make-or-Buy — الصنع أم الشراء

سؤال تطرحه المنشأة الصناعية على نفسها ويتوجب عليها الإجابة عنه وهو : هل تشتري الصنف أو المادة..الخ التي تحتاجها من السوق (المنتج ، التاجر، الموزع....الخ) أم تقوم بتصنيعه بنفسها؟ في الواقع تحتاج الإجابة عن هذا السؤال إلى دراسة فنية إقتصادية بآن واحد للوصول إلى القرار الأنسب ، فهناك إعتبارات تؤثر في عملية صنع القرار المناسب ، يجب دراستها وتحليلها ، مع الإشارة أن لكل منها أهمية تختلف عن الأخرى حسب المواقف والظروف ، لذلك يجب دراسة هذه الإعتبارات والخروج بخليط من التأثيرات المحتملة التي توضح القرار الأنسب . ومن هذه الإعتبارات أو المعايير : التكلفة أي أيهما أقل ، ضمان توريد المادة ، فالتصنيع يضمن إستمرارية التوريد . الجودة هل جودة التصنيع أعلى أم جودة شراء الصنف من السوق . سرية التصنيع التي تقتضي دائماً تصنيع الصنف أو المادة داخل المنشأة ، لكي لا يعرف المنافسون سر صناعة السلعة أو المنتج .

9-Maladministration — سوء الإدارة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Poor Management

الإدارة الضعيفة

10-Man-Machine System — نظام العمل و الآلة

دراسة تحليلية تنظر إلى بيئة العمل (مكان العمل) على أنها نظام مكون من عنصرين أساسيين هما الفرد والآلة ، يتفاعلان مع بعضهما في ظل ظروف بيئية مناخية ونفسية معينة ، حيث في ضوء نتائج التحليل يمكن تحديد بيئة العمل المناسبة المريحة ، التي تتيح تحقيق درجة عالية من التفاعل بين العامل والتجهيزات التي يستخدمها في عمله (آلة ، منضدة ، كرسي ...الخ) ، وتقديم درجة عالية من الأداء الفعال ، وإنجاز ما هو مطلوب منه وتحقيق أهداف عمله أو وظيفته بنجاح .

11-Manage — يدير

تخطيط ، وتنظيم ، وتوجيه ، ورقابة ، وتنسيق مجموعة أعمال أو مهام لعدد من الأفراد ، الذين تجمعهم مهمة أووظيفة معينة .

12-Management **الإدارة**

عمل ذهني يسعى إلى تحقيق الإستخدام الأمثل لعناصرالإنتاج أي بأعلى كفاءة وأقل تكلفة ممكنة . وهي علم وفن بآن واحد تعتمد على مجموعة من المفاهيم والأسس التي ثبت صحتها ، جمعت في أربع وظائف هي : التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ثم الرقابة ومحور هذه الوظائف هو التنسيق ، في ظل تحقيق التكيف مع متغيرات البيئة الخارجية . يتضح من ذلك أن مصطلح الإدارة هو كتسمية يختلف من مصطلح الإدارة كوحدة إدارية داخل المنظمة كإدارة الإنتاج أوالتسويق ...الخ .

13-Management Appraisal **تقييم الإدارة**

تقدير فاعلية المديرين في أداء المهام المسندة إليهم في إداراقم ، ومعرفة مدى إنجازهم للأهداف المحددة المطلوب تحقيقها منهم .

14-Management Areas **حقول الإدارة**

يقصد بها مجالات أو مناحي الحياة التي تمارس فيها عملية الإدارة ومفاهيمها ومبادئها . فمن الناحية العمومية ، يطلب تطبيق الإدارة في أي نشاط إنساني ومادي ، فالأسرة تحتاج إلى إدارة ، وكذلك الورشة، والمدرسة ، والجامعة ، والمؤسسة وسواء في قطاع الإنتاج أو قطاع الخدمات ، في الجهاز الحكومي أو في القطاع الخاص أو المختلط .

15-Management Auditing **مراجعة نشاط الإدارة**

تركز هذه المراجعة (أو التدقيق) إهتمامها على كفاءة الأداء والإنجاز من خلال إستعراض وتقييم العملية الإدارية في المنظمة ، التخطيط ، التنظيم ، وتفويض السلطة ، التوجيه ، الرقابة ، التنسيق ، الإتصال ، والمعلومات...الخ ، أي الحكم على جدارة وأهلية فريق الإدارة (الرؤساء المشرفين) .

16-Management Authoritative Style **نمط الإدارة السلطوية**

يعتمد هذا الأسلوب في الإدارة على أن الإدارة (الرئاسة) هي الكل بالكل فهي التي تخطط وتنظم العمل وتصنع القرارات دون مشاركة المرؤوسين ، وتمارس رقابة لصيقة ودقيقة على تنفيذ العمل من قبل المرؤوسين ، والحرية والمرونة في حدودها الدنيا .

17-Management by Activity and Reaction **الإدارة بالنشاط وردة الفعل**

هي الإدارة التقليدية التي نجدها سائدة في الدول النامية وبشكل خاص في أجهزها الحكومية البيروقراطية، فهي لا تركز على النتائج ، بل تركز على الشكليات . فالموظف الكفؤ في نظرها هو الموظف المواظب على عمله ، وسلوكه حسن ، ويطبق اللوائح والتعليمات بشكل حرفي ، ويطيع رؤسائه ، أما ما حققه أو ما أنجزه فهذا لايهم ، والحكم على فاعلية النشاط هو مدى إنشغال الناس فيه وليس على أساس ما أنجزوه .

وهذه الإدارة تطلب وجود تخطيط وتنظيم وتوجيه ورقابة..الخ ولكن متى؟ الجواب هو عند حدوث أزمة ، وبالتالي فهي إدارة أزمات .

18-Management by Consentaneous **الإدارة بإجماع الرأي**

ويسميها بعضهم الإدارة بالاتفاق الجماعي التي تقوم على فكرة مفادها: أن عضو الفريق في المستوى الأدنى هو عضو في فريق المستوى الأعلى الذي يليه . فلنفرض أنه لدينا خمس مستويات للفرق ، فالعضو في المستوى ① هو عضو في المستوى ② والعضو في المستوى ② هو عضو في المستوى ③ والعضو في المستوى ③ هو عضو في المستوى ④ وهكذا حتى نصل إلى المستوى رقم ⑤، وبالتالي وبموجب ذلك يكون عضو الفريق عضواً في فريقين في فريقه والفريق الأعلى ، يسهم في الإدارة والمشاركة في صنع القرارات ، التي تصنع بالموافقة الجماعية من قبل أعضاء الفريق .

19-Management by Exception **الإدارة بالاستثناء**

أسلوب إداري عام يختص بمجال الرقابة والإشراف ، ويقوم على أساس التفاهم بين الرئيس ومرؤوسيه حول تنفيذ العمل . ومحور هذا التفاهم يعتمد على الفكرة التالية : أنه طالما العمل يسير وفق ما خُطط له ، فلا داعي للمرؤوسين إعلام رئيسهم بذلك ، حيث يقتصر إعلامه عن الأمور غير العادية (الإستثنائية) التي تنحرف عن المعايير المحددة (ما خطط له) ، ففي هذه الحالة فقط على المرؤوسين أن يرفعوا الأمر إلى السلطة الأعلى صاحبة الحق ، لصنع القرار المناسب حيال الأمر غير العادي أو الإستثنائي . وقد تحدث عن هذا الأسلوب " فريديريك ونسلو تايلورFrederick W.Taylor " في نظريته عن الإدارة العلمية في مطلع القرن الماضي العشرين .

20-Management by Facts (MBF) **الإدارة بالحقائق**

هي الإدارة التي لا تصنع قرارات إرتجالية مبنية على آراء وتخمينات شخصية وعاطفية، إنما تصنع قراراتها وتتصرف بناء على معلومات وحقائق متاحة بين يديها ، لذلك فهي تعتمد على ما يسمى بنظام المعلومات، الذي يوفرها لها بسرعة ، وبدقة ، وموضوعية بعد تحليلها .

21-Management by Love **الإدارة بالحب**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Maternity Leadership

القيادة الأم

22-Management by Motivation **الإدارة بالدافعية**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى أن الإدارة الرشيدة هي التي تتمكن من خلق الدافعية لدى العاملين للعمل الجاد وبذل الجهد الكافي لتحقيق الأهداف ، وذلك عن طريق نظام متكامل للحوافز المادية والمعنوية

والفكرية الذي يشجع على الإبتكار ، وتطوير وتحسين المنتج ، ومن خلال توفير القيادة الإدارية القادرة على تحقيق ذلك .

23-Management by Objectives (MBO) الإدارة بالأهداف

نمط إداري إستحدث من قبل رائد الفكر الإداري الأمريكي "بيتر دركر Peter Drucker" وجوهره قائم على : أن يتم تقييم أداء الأفراد ، والوحدات الإدارية ، والمنظمة ككل في ضوء ما حققوه من أهداف أو نتائج محددة لهم بشكل مسبق . ويتم تحديد الأهداف من خلال مشاركة المرؤوسين لرؤسائهم في وضع الأهداف والخطط اللازمة لتحقيقها وفي جميع المستويات الإدارية، بحيث يتشكل في المنظمة سلسلة مترابطة من الأهداف والخطط من قمة الهرم التنظيمي حتى قاعدته ، بموجب ذلك يكون لكل فرد ولكل وحدة إدارية هدف وخطة مسؤولان عن إنجازهما .

24-(MBO)-Performance Appraisal تقييم الأداء بوساطة الإدارة بالأهداف

أحد الأساليب المعروفة في تقييم أداء العاملين ، الذي بموجبه يشترك في التقييم كل من الرئيس المباشر (المقيم) ومرؤوسه في تقييم أداء الأخير . وتتم عملية التقييم بأن يتفق الطرفان (الرئيس ومرؤوسه) على أهداف يجب على المرؤوس إنجازها خلال فترة زمنية ،كما يتفقا على خطة وجدول زمني من أجل تحقيقها. وخلال فترة الإنجاز يجتمع الطرفان بشكل دوري لمراجعة ما يتم إنجازه ، وما هي المشاكل التي أعاقت تحقيق الأهداف للعمل سوية على حلها. وفي نهاية الفترة يجري تقييم نهائي لأداء المرؤوس لمعرفة مدى إنجازه لأهدافه ، واستعراض الثغرات وجوانب القوة في أداء المرؤوس ، ووضع خطة لتلافي الثغرات ، والإستفادة من جوانب القوة ، ثم يقومان سوية بتحديد أهداف وخطة أداء المرؤوس للمرحلة القادمة وهكذا .

25-Management by Participation الإدارة بالمشاركة

هي إحدى أشكال ديموقراطية الإدارة التي تسمح للمرؤوسين بإبداء آرائهم ومقترحاتهم بالمسائل المتعلقة بالعمل ، فتسمع لهم وتناقشهم في ما يقدمونه من أفكار وآراء ، سواء قبل صنع القرارات أو بعد صنعها ، وقد يتم تبني ما يقدمونه بعد الإقتناع بجدواه ، لكن لا يسمح لهم في المشاركة في صنع القرار، التي تعتبر درجة عالية من ديموقراطية الإدارة .

26-Management by Processes الإدارة بالعمليات

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى الإتجاه المعاصر في تنفيذ الأعمال داخل المنظمات ، الذي يلغي المهام المجزأة والتخصص الضيق في أدائها ليستبدلها بعمليات شاملة متكاملة ، قائمة على دمج المهام المترابطة المتكاملة مع بعضها من البداية وحتى النهاية في عملية واحدة ، لتقوم بتحويل مدخلات محددة إلى مخرجات يشكل مجموعها قيمة معينة ، وإسناد أدائها لفريق عمل واحد متعاون متجانس ، لديه مرونة وإستقلالية وحرية التصرف في أداء العملية المكلف بها .

27-Management by Regulations **الإدارة باللوائح**

تعبرعن مفهوم النظرية البيروقراطية في إدارة المنظمة ، ويقصد بها خلق منظمة قادرة على العمل بكفاءة عالية ، وفقاً لمجموعة من اللوائح المحددة ، بحيث لا يمكن لأداء هذه المنظمة أن ينحرف بأي حال عن ما هو مرسوم له ، فالأداء لا يعتمد على الإجتهاد الشخصي ومايصاحبه من تغيير وإنحراف ، بل يعتمد على اللوائح والأنظمة الضابطة لسير العمل بشكل دقيق وموضوعي .

28-Management by Results **الإدارة بالنتائج**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Management by Objectives

الإدارة بالأهداف

29-Management by Tasks **الإدارة بالمهمات**

يعبر هذا المصطلح عن الإدارة والتنظيم التقليدان اللذان يركزان على تقسيم العمل والتخصص، الذي بموجبه يفتت العمل الواحد إلى الجزيئات (المهام) التي يتكون منها ، وإسناد أداء الجزيئة أو المهمة الواحدة لفرد متخصص أو وحدة إدارية متخصصة ، وهناك جهة تتابع وتراقب وتقيم أداء المهمة .

30-Management by Wandering **الإدارة بالطواف (بالتجوال)**

نمط في الإدارة والإشراف يعتمدان على فكرة أساسية مفادها : إذا أراد المدير أو المشرف أياً كان مستواه الإداري أن يحصل على عمل مؤدى بشكل جيد من قبل مرؤوسيه وأن يعرف ما يدور من حوله ضمن مجال العمل الذي يديره أو يشرف عليه ، يستوجب الأمر أن يطوف بمرؤوسيه وبشكل مستمر ، ليعرف منهم مثلاً : إحتياجاتهم التدريبية ، مشاكل العمل ، مستوى أدائهم، رضاهم الوظيفي ، إقتراحاتهم بشأن تطوير وتحسين العمل ..الخ . هذه المعلومات الميدانية عن واقع العمل يمكنه الحصول عليها مباشرة من مرؤوسيه من خلال الطواف عليهم ، فهي تساعده في إدارة العمل بشكل فعال ، ويتخذ قرارات مبنية على حقائق ووقائع فعلية .

31-Management Consultations **الإستشارات الإدارية**

خدمة يقدمها فرد أو مجموعة أفراد بشكل شخصي أو من خلال منظمة متخصصة ، لهم إستقلاليتهم ، ويملكون معرفة وخبرة نظرية وعملية ومؤهلات ومواصفات معينة (الذكاء ، القدرة على الإستنتاج ، القدرة على التحليل ، الإبتكار ، الصبر...الخ) ، تؤهلهم وتمكنهم من بحث مشكلات إدارية ، وإقتراح توصيات عملية مناسبة لحلها ، وتقديم المساعدة من أجل تطبيقها أو تنفيذها .

32-Management Development **التنمية الإدارية**

يوجد إستخدامين لهذا المصطلح : الأول ضيق ويستخدم للتعبيرأوالإشارة إلى تدريب المديرين في كافة المستويات الإدارية ، لإكسابهم المهارات والخبرات اللازمة لهم ، أو تحسين وصقل مهارهم وخبراقم في مجالات أعمالهم وقد أصبحت تسمى هذه العملية اليوم "بتنمية الإدارة " . أما الثاني فهو أوسع وأشمل ويستخدم للإشارة إلى عملية متكاملة ومتفاعلة تشتمل على عدة عناصر هي :

- إختيار المديرين بشكل موضوعي وجيد .
- تعليمهم وتدريبهم بشكل جيد ومستمر .
- توفير المناخ التنظيمي المناسب لتأدية مهامهم .
- تحفيزهم بشكل جيد .

33-Management Ecology بيئة الإدارة

كلمة إيكولوجي"Ecology" كلمة مشتقة من الأصل الإغريقي "ekos" أي ما يحيط بالمرء فيصبح مسكنه . وكلمة "Logy" معناها علم ، والكلمة كلها تعني العلم الذي يهتم بالمحيط أو البيئة التي تحيط بموضوع الدراسة ، والتي لها تأثير فيه . والإهتمام بإيكولوجية الإدارة (أي بدراسة بيئتها) ماهو إلا محاولة موضوعية لتفسير وفهم الإدارة بشكل صحيح . فالمنظمة والعمل الإداري فيها يتأثران بالعوامل أو المؤثرات البيئية المحيطة بهما ، ومثلها في ذلك مثل جسم الإنسان الذي يتأثر بالعوامل البيئية المحيطة . فالمنظمة وإدارتها لا يمكن أن تعملان بمنأى عن البيئة التي تعيشان فيها ، فهما تتأثران بالمجتمع الذي ماهو إلا نتاج لتفاعل العديد من المتغيرات البيئية السياسية ، والقانونية ، والإقتصادية...الخ ، فليس من شك في مدى أهمية هذه المتغيرات في نشاط الإدارة في أية منظمة في أية دولة .

34-Management Functions وظائف الإدارة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Management Process

العملية الإدارية

35-Management Game Method أسلوب المباراة الإدارية

هو أحد أساليب تدريب المديرين ، بموجبه تقسم مجموعة المتدربين إلى مجموعتين في الغالب ، على أن يتراوح العدد مابين (5 –7) متدربين ، تمثل كل مجموعة إدارة شركة (كأن يكون للشركة إدارتين) ، تعطى لأعضاء كل مجموعة بيانات ومعلومات محددة ومعدة مسبقاً عن ظروف عمل الشركة التي يمثلونها ، لتقوم كل مجموعة بتوزيع الإختصاصات والأعمال على أعضائها ، وتقرر لنفسها إستراتيجية وخطة تسترشد بهما عند صنع القرارات . وتقسم المباراة إلى عدة جولات في كل جولة تعطى المجموعتين (اللتان تعملان بشكل منفصل عن بعضهما) معلومات ليصنعوا قرارات حيالها ، وتحسب نتيجة كل قرار بناء على

أسلوب محدد بشكل مسبق بمعرفة هيئة التدريب ، وتُبَلَغْ كل مجموعة نتيجة قراراتها ، لتقوم على ضوء هذه النتائج بإعادة دراسة الموقف وصنع قرارات جديدة . وهكذا تستمر المباراة حتى نهاية الجولات ، وفي الأخير يعلن من الفائز . إن الغاية من المباراة ليست هي الفوز بل التدرب على صنع القرارات وحل المشاكل .

36-Management Imperatives — حتميات الإدارة

أمور لا غنى عنها يجب على إدارة أية منظمة أن تضعها نصب عينيها وتحقيقها وتعتبر أساس نجاحها وهي ما يلي :

- تلبية حاجات ورغبات الزبائن كما يريدونها .
- زيادة فاعلية الأداء من خلال مورد بشري محفز جيداً .
- تحسين مستمر للجودة وتقديم كل شيء جديد للسوق .
- مواجهة تحديات البيئة وخاصة المنافسة .

37-Management Information System (MIS) — نظام المعلومات الإدارية

مجموعة من العناصر المادية والمعنوية المترابطة ، والمتكاملة ، والمتفاعلة ، والمتعاونة مع بعضها في كيان واحد (موظفون ، إجراءات ، قواعد ، تجهيزات إلكترونية ... الخ) تكون مكلفة ومسؤولة عن جمع البيانات المتعلقة بنشاطات المنظمة المتنوعة ومعالجتها إلكترونياً (فرز ، تصنيف ، ترتيب ، تبويب ، تحليل ، إستخلاص النتائج) ، لتتحول إلى معلومات مفيدة وصالحة للإستخدام ، وإيصالها لمستخدميها بالشكل الملائم وبالتوقيت المطلوب ، وبشكل يساعدهم على أداء المهام المكلفين بها بنجاح .

38-Management Inventories — قوائم جرد الإدارة

نظام محوسب يشتمل على معلومات تفصيلية تتعلق بكل مدير يعمل في المنظمة والوظيفة التي يشغلها حالياً وفي أي مستوى إداري ، حيث تساعد هذه المعلومات على إنتقاء أفضل المديرين من أجل ترقيتهم إلى وظائف إدارية في مستوى إداري أعلى ، ويكون ذلك عن طريق مقارنة المعلومات المتعلقة بكل مدير مع مواصفات أومتطلبات الوظائف التي من المحتمل أن يرقى إليها . وتشتمل هذه القوائم على المعلومات التالية :

- تاريخ العمل والخبرة السابقة .
- المؤهلات التعليمية .
- مجال التخصص .
- نقاط القوة والضعف في الأداء .
- إحتياجات التنمية .

- الطموحات الوظيفية (الوظائف التي يرغبها) .
- الحالة الصحية .
- التاريخ المتوقع للإحالة على التقاعد .
- المنطقة الجغرافية التي يرغب العمل فيها .

39-Management of Cash إدارة الأموال الجاهزة(النقدية)

خدمة تقدمها بعض المصارف لعملائها ، من خلال إدارة المدفوعات والمقبوضات الناتجة عن قيامهم بفعالياتهم التجارية ، حيث يقوم باستثمار الفوائض النقدية الناتجة عن هذه التدفقات النقدية، لقاء رسم أو أجر متفق عليه بينهما مسبقاً .

40-Management of Process إدارة العملية

هي مجموعة مترابطة ومتناسقة من النشاطات التي يتم تصميمها معا لتحويل مدخلات معينة إلى مخرجات محددة تشكل قيمة مطلوبة . وتشتمل هذه النشاطات على : تخطيط سير أو تدفق العملية ، ونمذجتها ، وإدارة الجودة في مراحل تنفيذها ، ومراقبة سير العمل فيها ، وكشف الإنحرافات قبل أوعند وقوعها ، والعمل على تلافيها فوراً ، والتأكد من أن إنتاجها كان وفق المطلوب أو المعايير المحددة ، والتنسيق بينها وبين العمليات الأخرى ذات العلاقة والإرتباط بها .

41-Management Process العملية الإدارية

عمل فكري وذهني يمارسه المدير أو الرئيس داخل المنظمة أياً كان منصبه الإداري (إدارة عليا، إدارة وسطى ، إدارة مباشرة) أومجال عمله (إنتاج ، شراء ، تسويق...الخ) . وهذا العمل يتضمن عدداً من النشاطات يعتمد تنفيذها على مجموعة من المبادئ والأسس والأصول والقواعد الإدارية ، يستعين بها في تسيير العمل وإدارة شؤونه وتحقيق أهدافه . وقد صنف المفكرون هذه النشاطات والأسس ...الخ ، ضمن أربع وظائف رئيسة هي : التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، الرقابة .

42-Management Process Overlapping تداخل عناصر العملية الإدارية

التداخل هو أحد الصفات التي تتصف بها العملية الإدارية (تخطيط ، تنظيم ، توجيه ، رقابة) التي يمارسها المديرون والرؤساء في الوحدات الإدارية التي يرأسونها داخل المنظمة . ويقصد بالتداخل هنا: أن المدير عند قيامه بممارسة العمل الإداري واستخدام وظائف الإدارة ، ليس ملزماً بتنفيذها حسب الترتيب الذي أوردناه سابقاً وهو التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، فالرقابة ، بحيث يقوم بالتخطيط وبعد أن يفرغ منه ينتقل إلى التنظيم وهكذا حتى يفرغ من تنفيذ واستخدام جميع الوظائف ، بل يمكنه أن يقدم أو يؤخر إستخدام إحداها عن الأخرى ، فهذا الأمر لا يحكمه أسلوب أو ترتيب معين بل يحكمه طبيعة الموقف الذي

يواجهه المدير . إلا أنه تجدر الإشارة هنا إلى أنه يمكن إستخدام الترتيب والتتابع الذي أوردناه أعلاه في حالة واحدة هي كون العمل جديداً . وحتى في هذه الحالة ، نجد أن طبيعة الموقف هي التي فرضت أسلوب إستخدامها . يتضح من ذلك أن وظائف الإدارة ومن خلال صفة التداخل ، أنها ليست مستقلة ، بل متشابكة ومترابطة يعتمد بعضها على بعض .

43-Management Ratios نسب الإدارة

مصطلح مرادف للنسب المالية ، التي تستخدم في مجال التحليل المالي ، من أجل تقييم أداء المنظمة ككل ومعرفة مركزها المالي ، كنسبة التداول ، ونسبة السيولة ، والمديونية وغيرها .

44-Management Style نمط الإدارة

يعبر نمط الإدارة عن سلوكات وممارسات وتعامل المديرين في كافة المستويات الإدارية في المنظمة مع الآخرين ، وبشكل خاص مع مرؤوسيهم في مجال الإشراف عليهم وتوجيههم . وينبع النمط من مجموعة القيم والعادات والقواعد السلوكية التي تشتمل عليها ثقافة المنظمة التنظيمية ، التي تعمل كمرشد وموجه لسلوكات وتصرفات هؤلاء المديرين .

45-Management Training تدريب الإدارة

يختص هذا التدريب بتدريب المديرين والرؤساء الذين يشرفون على موظفين أو مرؤوسين ، وذلك بتزويدهم بالمهارات التي تمكنهم من الإشراف والتوجيه الصحيحين ، كما يعمل على تنميتهم وتطويرهم لمساعدتهم في تحقيق مسارهم الوظيفي المستقبلي ، فيزودهم بمهارات القيادة ، التي تساعدهم على التدرج للوظائف الإدارية الأعلى عن طريق الترقية . ويركز هذا التدريب بشكل خاص على تنمية مهارة صنع القرارات ، وأسلوب حل المشاكل ، والتحفيز ، والتوجيه الفعال .

46-Manager of Case مدير الحالة (العملية)

يستخدم هذا المصطلح في مجال إعادة هندسة العمليات ، التي سعت إلى جمع وتوطين مجموعة المهام (أو الأعمال ، أوالخطوات) المتكاملة والمترابطة مع بعضها ومنفذيها في عمل أو عملية واحدة وفي مكان واحد، وإن كانوا في السابق تابعين لعدة وحدات إدارية ، من أجل إنجاز عملية معينة . ويشرف عليهم وينسق أعمالهم شخص واحد يتبعونه ، الذي أُطلق عليه تسمية مدير العملية .

47-Managing of Diversity of Labor Force إدارة التنوع في قوة العمل

هي إحدى مهام إدارة المورد البشري في المنظمات في الدول التي لديها قوى عاملة من أصول وجنسيات مختلفة كالولايات المتحدة ودول الخليج العربي ، حيث خلق هذا التنوع في الأصول والجنسيات في مكان العمل ومناخه الإجتماعي ، تنوعاً في القيم والعادات والتقاليد التي تنعكس على

علاقات العاملين بعضهم ببعض ، وقد تؤثر سلباً في سير العمل . لذلك تسعى إدارة المورد البشري في هذه المنظمات ، إلى وضع السبل التي تكفل تحقيق التوافق والإنسجام الإجتماعي بين هذه الأصول والجنسيات المختلفة .

48-Managing of Incompetents — إدارة غير الأكفياء

مصطلح يطلق على إستخدام موارد بشرية غير مؤهلة وغير كفؤة للعمل ، بسبب الإختيار والتعيين غير السليمين وغير الموضوعين لها ، كما هو الحال في الأجهزة الحكومية في الدول النامية ، فبهذه السياسة ستمتلىء هذه الأجهزة بنوعية غير كفؤة من الموارد البشرية التي يصعب إدارتها وتوجيهها ورفع مستوى كفاءتها .

49-Managing of Job Stress — إدارة ضغط العمل

منهجية علمية إدارية مدروسة ومحددة ، يمكن من خلالها تخفيض ضغط العمل لدى العاملين في المنظمات، وتتضمن العناصر التالية :

- فهم طبيعة وماهية ضغط العمل ومضمونه ، وتحديد آثاره السلبية على العاملين وعلى المنظمة .
- تحديد مصادر ضغط العمل ، أي التي ينشأ منها الضغط .
- تحديد مسببات ضغط العمل .
- تحديد السبل الناجعة التي تساعد على تخفيف ضغط العمل وآثاره السلبية ، أوالقضاء عليه .

50-Managing of Physical Work Environment — إدارة بيئة العمل المادية

نشاط إداري وفني مسؤول عن تنفيذه إدارة الموارد البشرية في المنظمة ، من خلاله يتم دراسة وتصميم الظروف المناخية المناسبة في مكان العمل ، لتمكين الموارد البشرية في المنظمة من أداء أعمالها بفاعلية وإنتاجية (بمقدرة ورغبة) . ويشتمل هذا التصميم على توفير الإضاءة الجيدة ، ودرجة الحرارة المناسبة ، والمكان النظيف المرتب والهادىء ، والتهوية اللازمة .كما يشتمل على دراسة الأعمال وتحديد ما ينتج عنها من أمراض وحوادث وإصابات ، تشكل خطراً على سلامة وصحة العاملين ، والسعي لتوفير السبل الكفيلة من أجل تلافيها أو على الأقل تخفيض آثارها الضارة والسلبية على صحة العاملين وسلامتهم إلى أدنى حد ممكن .

51-Managing of Resignations — إدارة الإستقالات

مجموعة من الإجراءات والتدابير والقرارات التي تتخذها المنظمة ، لتحديد أسباب عدم الرضى الوظيفي لدى العاملين لديها ، التي تدفعهم للإستقالة من أعمالهم فيها وتركهم لها والعمل في منظمات أُخرى ، مما يسبب إرتفاع معدل دوران العمل فيها ، الذي يستوجب الأمر معه وضع الحلول اللازمة لتلافي هذه الظاهرة السلبية .

52-Managirial Functions الوظائف الإدارية

هي التي تتكون من التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، الرقابة ويمارسها جميع المديرون والرؤساء في كافة المستويات الإدارية في المنظمة ، وفي كافة مجالات العمل فيها ، وفي كافة أنواع المنظمات، ويطلق عليها تسمية العملية الإدارية .

53-Managirial Grid Theory نظرية الشبكة الإدارية

هي إحدى نظريات القيادة الإدارية قام بوضعها كل من "روبرت بلاك ، وجان موتون Robert Blak, John Mooton "وتقوم على مفهوم أساسي مفاده: ينحصر إهتمام القائد في العادة ضمن مجالين إثنين : الفرد (المرؤوس) والإنتاج (العمل) ، وصور هذين الإهتمامين بمحورين الأول عمودي ويمثل درجة الإهتمام بالمرؤوس، والثاني أفقي يمثل درجة إهتمام القائد بالعمل ، حيث قسما كل محور إلى عشرة مستويات تبدأ من الصفر وتنتهي إلى الرقم (9) الذي يعبر عن درجة إهتمام عالية جداً. في هذه الحالة سنحصل على مربع ضلعه الواحد (10) وبتقسيماته طولياً وعرضياً سنحصل على مئة مربع تمثل الشبكة الإدارية على النحو التالي :

9	9.1									9.9
8										
7										
6										
5					5.5					
4										
3										
2										
1										
0	1.1									1.9
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	

من خلال الشبكة حدد كل من بلاك وموتون مئة موقع (مربع)كل منها يعبر عن نمط قيادي يمثل درجة إهتمام القائد بالفرد والعمل ، لكن هناك خمسة مواقع أساسية هي مايلي :

- موقع **1,1** : درجة إهتمام ضعيفة بالعمل والفرد .
- موقع **9,1** : درجة إهتمام عالية بالفرد وضعيفة جداً بالعمل .
- موقع **9,9** : درجة إهتمام عالية بالفرد وعالية بالعمل .
- موقع **1,9** : درجة إهتمام عالية بالعمل وضعيفة جداً بالفرد .
- موقع **5,5** : درجة إهتمام متوسطة بالعمل والفرد .

وأشار إلى أن أفضل موقع أو نمط قيادي هو الموقع (**9,9**) .

54-Managerial Prerogative — حق الإمتياز الإداري

قناعة ترى أن يكون حق ممارسة عملية الرقابة داخل المنظمة مقصورة على طرف واحد وهو الإدارة فقط، وبالتالي يلغي هذا الإمتياز ممارسة الرقابة من قبل أية جهة أخرى . وتمثل هذه القناعة وجهة النظر الكلاسيكية في الإدارة ومفهوم الرقابة .

55-Managerial Replacement Chart — خريطة الإحلالات الإدارية

مخطط يستخدم في مجال تخطيط الموارد البشرية ، يوضح الوظائف الإدارية الرئاسية في جميع المستويات الإدارية في هيكل المنظمة التنظيمي ، وأسماء من يشغل هذه الوظائف حالياً ، أعمارهم، ومدة خبرتهم في هذه الوظائف ، كذلك إجمالي مدة خبرتهم في المنظمة ، ومستوى أداء كل منهم ، ومدى جاهزيتهم للترقية. وللتعبير عن هذه الأمور السابقة تستخدم رموز ليدل كل رمز منها على ناحية معينة . وتفيد هذه الخريطة في معرفة من هم المؤهلين للترقية للوظائف في المستوى الإداري الأعلى ، ومن سيحل محلهم عن طريق الترقية أيضاً من المستوى الإداري الأدنى .

56-Manpower Analysis — تحليل القوى العاملة

أحد أركان تخطيط القوى العاملة يسعى إلى التنبؤ بمسألة مفادها : هل القوى العاملة الحالية في المنظمة في ظل ظروفها الحالية والمستقبلية تلبي حاجة الأداء التنظيمي من العناصر البشرية وتحقيق أهداف المنظمة ؟ وتشتمل عملية التحليل والتنبؤ على عدد من العناصر هي ما يلي :

- إمكانات (مهارات) الموارد البشرية الحالية والمتوقعة .
- حالات الترقية المتوقعة .
- حالات الإحالة على التقاعد المتوقعة .
- معدل دوران العمل .
- معدل حوادث العجز الدائم .
- برامج التدريب والتنمية المتوقعة .
- التكنولوجيا المتوقع إستخدامها .

تتفاعل هذه العوامل مجتمعة لتحديد نتيجة مفادها : هل تلبي الموارد البشرية الحالية في المنظمة حاجة العمل الحالية والمستقبلية من اليد العاملة أم لا ؟ هل هناك نقص ، أم فائض فيها ؟

57-Manpower Planning — تخطيط القوى العاملة

يمثل إحدى وظائف إدارة الأفراد سابقاً (تطورت هذه الإدارة فأصبحت إدارة المورد البشري) في المنظمة ، بموجبها يتم تقدير حاجتها من القوى العاملة من حيث العدد والنوعية ، في ضوء المقارنة بين

حجم العمل المستقبلي وإمكانات قوة العمل (اليد العاملة) المستقبلية ، لتقدير في ما إذا كانت المنظمة بحاجة ليد عاملة جديدة ، أم لديها فائض منها ، أو أن اليد العاملة الحالية تلبي حاجة العمل المستقبلي .

58-Manpower Stocktakes — تقييم مخزون القوى العاملة

مصطلح يستخدم في مجال إدارة الموارد البشرية ليعبر عن عمل تحليلي يتعلق بتوزيع الفئات العمرية للقوى العاملة في المنظمة ، ومدة خدمتها فيها ، والمهارات والكفاءات المتوفرة لديها ، ونتائج تقييم أدائها الحالي ، ومستواه المتوقع مستقبلاً ، والخطط الممكنة من أجل تطوير أدائها .

59-Manufacturer or Distributer Buying Strategy — إستراتيجية الشراء من المُصنع أو من الموزع

قد يكون أمام المشتري خيار الشراء من المنتج (المصنع) أو من الموزع ، في هذه الحالة يتطلب الأمر منه المفاضلة بين مزايا ومشاكل الشراء من كل منهما ، واختيار الأفضل الذي يتناسب مع ظروفه ، وبشكل يكفل له تخفيض تكاليف الشراء والتخزين إلى أقل حد ممكن ، وضمان إستمرار العمل .

60-Manufacturers Agents — وكلاء المصنعين (المنتجين)

هذا الوكيل هو أحد منافذ التوزيع أوالتسويق بالنسبة للمنتجين ، حيث يتعهد بتوزيع سلعة المنتج في منطقة جغرافية محددة ، بموجب إتفاق بينه وبين مُصنع السلعة . وهذا الإتفاق يكون طويل المدة نسبياً ، ولا يجوز أن يقوم الوكيل بتوزيع سلع منتجين متنافسين ، وقد تكون السلعة التي سيوزعها في حوزته وقد لا تكون ، ذلك يكون حسب الإتفاق المبرم بينه وبين المُصنع .

61-Manufacturing Bill of Materials — قائمة مواد التصنيع

جدول تعده إدارة الإنتاج توضح فيه : المواد والقطع الجاهزة ، والنصف مصنعة ، ومواصفاتها، وكمياتها، التي يحتاجها إنتاج أو تصنيع الوحدة الواحدة من المنتج التام الصنع ، حيث تضرب هذه الكميات بعدد الوحدات المراد إنتاجها ، فنحصل على إحتياجات تصنيع عدد معين من المنتج . ويتم إعداد هذه القائمة في ضوء التصميم الهندسي للسلعة .

62-Manufacturing Lead Time — مُهل التصنيع الزمنية

هي الوقت المحصور بين تاريخ طلب المنتج (السلعة) والتاريخ الذي يصبح فيه المنتج منتهي الصنع وجاهز للشحن . وتتكون المهل الزمنية مما يلي :

- وقت إنتظار أمرالإنتاج للبدء بتنفيذه : ويمثل الفترة الزمنية التي ينتظرها أمرالإنتاج الجديد لحين البدء في تنفيذه ، حيث يكون هناك أمر إنتاجي سابق له يجب الإنتهاء منه قبل البدء به ، إذ لا يمكن البدء في الأمر الإنتاجي الجديد إلا بعد إنتهاء الآلات من تنفيذ أمر الإنتاج الأسبق .

- وقت التهيئة : ويمثل الفترة الزمنية اللازمة لتجهيز الآلة أوالآلات من أجل إستقبال أمر إنتاجي جديد .
- وقت التشغيل الفعلي : ويمثل الفترة الزمنية الفعلية التي يستغرقها تنفيذ أمر إنتاجي واحد أو دفعة إنتاجية واحدة .
- وقت الإنتظار : ويمثل فترة إنتظار أمر الإنتاج لتحريكه أونقله من مركز إنتاجي (أو مرحلة إنتاجية) لآخر بعد إنتهاء العمل عليه في مركز الإنتاج الحالي .

63-Manufacturing Organization منظمة صناعية

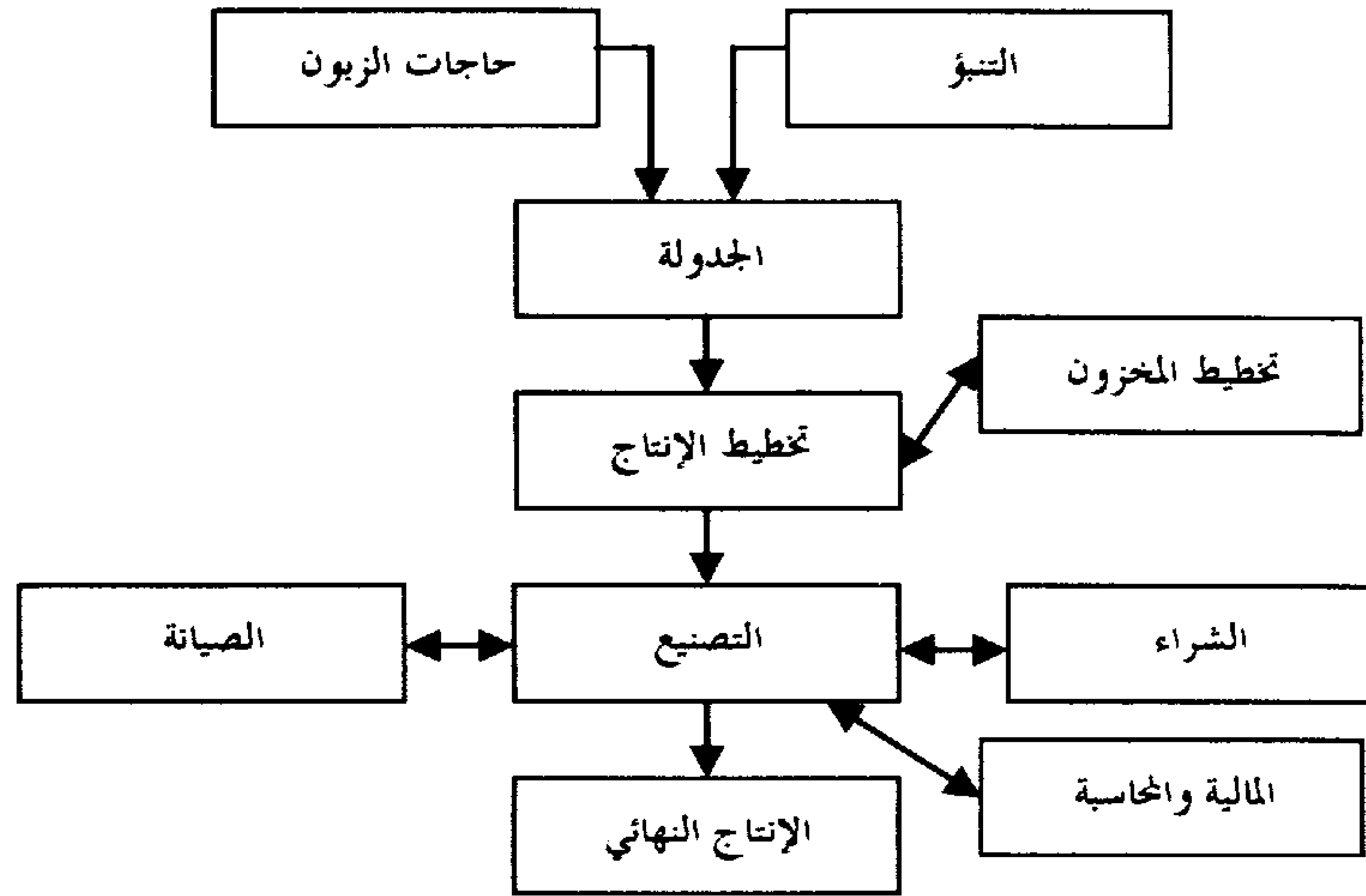
شكل من أشكال شركات أو منشآت الأعمال التي تقوم بتجميع عدد من الموارد (آلات ، قوى عاملة ، أموال ، مواد..الخ) تدعى بالمدخلات ، لتجري عليها أنشطة إنتاجية لتحول هذه الموارد إلى سلعة ملموسة قابلة للإستخدام والبيع للآخرين وتحقيق الربح . وتشكل المنظمات الصناعية اليوم الركيزة الأساسية لإقتصاد البلدان ، وهي تنقسم إلى أقسام منها : صناعات ثقيلة كصناعة الطائرات ، والبواخر ... الخ ، وصناعات خفيفة كصناعة الدواء ، والصناعة التحويلية ، والإستخراجية ...الخ .

64-Manufacturing Resources Planning (MRP II) تخطيط الموارد الصناعية

نظام ظهر مع مطلع الثمانينات وهو ليس بديلاً عن تخطيط المتطلبات المادية (MRP) أوأنه إصدار مطور له ، لكنه يعتبر مدخلاً للتوسع في حوسبة أنشطة جدولة موارد الإنتاج والسيطرة عليها ، يشترك فيها وظيفة الشراء ، والتسويق ، والمالية ، محاسبة التكاليف ، والصيانة ، والهندسة من أجل ضمان الإستخدام الأمثل للموارد الصناعية ، ويشتمل هذا التخطيط على الأبعاد التالية :

- التنبؤ بحجم الطلب .
- جمع ودراسة حاجات ورغبات الزبائن .
- تحديد كمية الإنتاج ومواصفات جودته ، من خلال وظيفة التصميم الهندسي .
- تحديد الحاجة من الموارد الصناعية اللازمة للإنتاج .
- تحديد كمية الموارد الصناعية المطلوب شراؤها بعد مقارنة حاجة الإنتاج منها مع ما هو مخزن .
- دراسة حاجات عمليات الصيانة للعمل على تحديد إحتياجاتها وتوفيرها .
- رصد الأموال اللازمة لتمويل عملية الشراء .

وفيما يلي شكل توضيحي :



65-Manufacturing Run Time — وقت التشغيل الصناعي

يمثل الفترة الزمنية الفعلية التي يستغرقها تنفيذ أمر إنتاجي واحد (أو دفعة إنتاجية) عبر مراحل العملية الإنتاجية التي يمر بها في مراكز الإنتاج المتعددة ، وهذا يتم حسب طبيعة المنتج الذي يجري تصنيعه .

66- Manufacturing Setting-up Cost — تكاليف الإعداد للتصنيع

كل ما تنفقه المنظمة من أموال من أجل إعداد الآلات والمعدات والمواد وتهيئتها للعملية الإنتاجية .

67-Manufacturing Waiting Time — وقت الإنتظار التصنيعي (التشغيلي)

يمثل الفترات الزمنية التي ينتظرها المنتج تحت التصنيع بين مراحل عملية إنتاجه . بمعنى آخر فترة الإنتظار التي يقضيها المنتج من أجل تحريكه أو نقله من مركز إنتاجي (مرحلة إنتاجية) لمركز آخر، بعد إنتهاء العمل عليه في المركز الإنتاجي الحالي .

68-Margin Trading — الإتجار (الشراء) بالهامش

مصطلح شائع إستخدامه في مجال الأسواق المالية ويشير معناه إلى : قيام مستثمر في السوق المالي بالإقتراض من سمسار يتعامل معه أومؤسسة تمويل متخصصة ، من أجل شراء عدد من الأوراق المالية ، ويحتفظ السمسار بحساب دائن ومدين لكل مستثمر متعامل معه بالإتجار الهامشي . ولكي يضمن السمسار أو الوسيط حقه في دفع المستثمر المقترض للمبلغ المقترض منه وفوائدة ، فإنه يطلب من زبونه المستثمر أن يضع تحت تصرفه رهوناً (أسهم وسندات) تزيد قيمتها السوقية وقت الإقتراض عن مجموع ديون العميل المستثمر .

69-Marginal Analysis — التحليل الحدي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Break –Event Chart

خريطة التعادل

70-Marginal Cost — التكلفة الهامشية أو الحدية

تكلفة إنتاج وحدة منتج (سلعة) إضافية وتحسب من خلال الفرق بين التكلفة قبل وبعد إنتاج هذه الوحدة الإضافية .

71-Marginal Revenue — العائد الهامشي أو الحدي

هو الربح الذي تم الحصول عليه من بيع وحدة منتج إضافية .

72-Mark Down Price Policy — سياسة تخفيض السعر

وسيلة يلجأ إليها المنتجون للسلع وتجار الجملة والتجزئة ، بأن يخفضوا سعر بيع السلعة بنسبة معينة لغايات كثيرة منها :

- وجود مخزون كبير والخوف من تلفه وتخفيض تكلفته .
- زيادة حجم المبيعات .
- تفادي تقادم السلعة الفني .
- تعريف المستهلك بالسلعة .
- المنافسة .

73-Mark-up Pricing Policy — سياسة الإضافة على السعر

هي إحدى سياسات تسعير بيع السلع والخدمات من قبل المنتجين ، بموجبها يضاف على تكلفة السلعة أو الخدمة مبلغاً معيناً أو نسبة معينة من تكلفتها ، وهذا يعني أن سعر البيع هو: تكلفة السلعة + مبلغ أو نسبة الإضافة (الربح) .

74-Market — سوق

السوق بمعناه الواسع والعام هو : مجموعة الناس ، والشركات ، والمنشآت...الخ المتواجدون ، والذين يعيشون ويعملون في منطقة جغرافية معينة ، ولديهم حاجات لسلع وخدمات متنوعة ، ويسعون لشرائها ، إما لإشباع حاجات شخصية لديهم ، أو إستخدامها في عمليات إنتاجية صناعية أو خدمية لإنتاج سلع وخدمات أخرى ، ويمتلكون المقدرة المالية على الشراء . في ضوء ذلك يتكون السوق من سوقين هما:

- سوق المستهلك : ويمثل الناس المتواجدون في منطقة جغرافية أو أكثر لديهم حاجات ورغبات في شراء السلع والخدمات اللازمة لهم في حياتهم المعيشية ، ويسمون بالمستهلك النهائي .
- السوق الصناعي : ويمثل الشركات والمنشآت الصناعية المتواجدة في منطقة جغرافية أو أكثر، وهي بحاجة لسلع وخدمات لاستخدامها في عملية إنتاج سلع وخدمات أخرى ، ويسمون بالمستخدم الصناعي الأخير .

75- Market Arbitrage **مراجعة السوق**

ويسميها بعضهم بموازنة السعر ، وهي تعبر عن عملية شراء وبيع فوري أو آني ، حيث يتم شراء سلعة (أوأوراق مالية) من سوق معين ، وبيعها فوراً في سوق أخر وبسعر أعلى من سعر شرائها .

76-Market Back-Door Strategy **إستراتيجية سوق الباب الخلفي (الإلتفاف)**

بموجب هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة التي تتبناها بمهاجمة منظمة أخرى (أوأكثر) في السوق لكن بشكل غير مباشر ، فتمارس أعمالاً ونشاطات من شأنها سحب جزء من زبائن هذه المنظمة وإقناعهم بالإقلاع عن شراء سلعتها ، وذلك من خلال الإتصال غير المعلن بهم ، أوعن طريق الترويج وبشكل خاص الإعلان .

77-Market Basket **السلة السوقية**

مجموعة من السلع الإستهلاكية الأساسية (الغذائية بشكل خاص) التي تحاول الحكومات السيطرة على أسعارها السوقية والتدخل من قبلها من أجل المحافظة على مستواها ، والحد من تأثير العرض والطلب فيها وعدم إرتفاعها ، لكي لا يتحمل المواطنون المحدودو الدخل أعباء معيشة مرتفعة تثقل كاهلهم .

78-Market Challenger **متحدي السوق**

شركة ناشئة دخلت السوق حديثاً وتسعى لزيادة حصتها السوقية فيه في ظل منافسة الآخرين .

79-Market Clearing Price **سعر السوق المعادل أو المتوازن**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Equilibrium Price

السعر المعادل أو الموازن

80- Market Confrontation Challenge strategy **إستراتيجية المواجهة والتحدي**

تعمل المنظمة التي تتبنى هذه الإستراتيجية على مواجهة المنشآت المنافسة وتحديها ، من خلال القيام بحملات إعلانية ترويجية كبيرة ومكثفة ، واللجوء إلى محاربتها عن طريق الأسعار ، وذلك بتخفيض سعر بيع منتجها في مسعى إلى الحفاظ على حصتها السوقية ، أوكسب حصة سوقية أكبر .

81- Market Coverage Range **مدى تغطية السوق**

هو المدى الذي سيشمله أو يغطيه النشاط التسويقي وهو يشتمل على الأسئلة التالية:

- هل سيباع المنتج في السوق المحلية فقط ؟
- هل سيباع المنتج في جزء من السوق المحلية فقط ؟
- هل سيباع المنتج في السوق الخارجية وأين ؟
- هل سيباع المنتج في السوق المحلية والخارجية وأين ؟

82-Market Crystallization Stage **مرحلة تبلور السوق**

هي إحدى مراحل تطور سوق السلعة أو الخدمة ، حيث يكون لدى المستهلكين حاجة كامنة لسلعة أو خدمة معينة غير مشبعة وغير مكتشفة من قبل أحد ، فيأتي منتج أو أكثر فيقدم سلعة (أو خدمة) لتلبية هذه الحاجة ، وبهذا التقديم يكون المُنتج قد أيقظ هذه الحاجة ، فيتشكل عليها طلب أولي . يفهم من ذلك أن مرحلة الطلب الأولي أو التبلور هي ثاني مرحلة من مراحل تطور السوق ، بعد إكتشاف الحاجة ومن ثم تقديم المنتج لإشباعها .

83-Market-Customer Focused Organization **منظمة التركيز على السوق و الزبون**

منظمة وقيادتها تؤمنان بأن بقائهما وإستمرارهما يتوقفان على مدى رضى الزبون ، والقدرة على تلبية حاجة السوق بكفاءة وفاعلية عالية ، وبالتالي فإستراتيجية وتوجه المنظمة يجب أن يكونا نحو ذلك .

84-Market Democracy **ديموقراطية السوق**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Customer Democracy

ديموقراطية الزبون

85- Market Direct-Attack Strategy **إستراتيجية الهجوم المباشر على السوق**

بموجب هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة التي تتبناها بأعمال من شأنها مهاجمة منظمة أخرى أو أكثر بشكل مباشر وعلني ومستمر دون هوادة ،كالإتصال بزبائن المنظمة المنافسة لإقناعهم بالإقلاع عن شراء سلعتها ، أو أن تقوم بتخفيض سعر منتجها....الخ .

86-Market Dumping **إغراق السوق**

قيام منشأة بطرح كميات كبيرة من سلعتها في السوق وبسعر يقل عن أسعار منافسيها، من أجل كسب حصة سوقية أكبر، مما يحدث خللاً في توازن العرض والطلب في السوق .

87-Market Efficiency **كفاية السوق**

يقصد بالكفاية هنا أن السوق ينظم نفسه بنفسه من حيث العرض والطلب دون أن يتحكم به أحد ودون وجود عوائق ، وهذا لا يتم إلا بوجود منافسة في السوق التي تنظم ذلك والذي يطلق عليه الإقتصاديون تسمية آلية السوق الحر ، أي أن المنتجين يعرضون ما يشاؤون من سلع وخدمات وبالأسعار التي يرونها مناسبة ، والمشترون أمامهم حرية إختيار السلع التي يريدونها وتلبي حاجاتهم ورغباتهم .

88-Market Equilibrium Point **نقطة توازن السوق**

تحدث نقطة التوازن هذه عند تقاطع الكميات المعروضة من السلعة (أو السلع) مع الكميات المطلوبة عند سعر معين يدعى"بسعر التوازن" ، الذي يقبل به العارضون ، ويكون مقبولاً في الوقت نفسه من قبل الطالبين (المستهلكين) . ويتحدد هذا التوازن عادة في آلية السوق الحر في الإقتصادات الحرة .

89-Market Expansion Stage **مرحلة توسع السوق**

هي إحدى مراحل تطور السوق وتأتي بعد مرحلة تكونه ، أي حدوث أو تشكل طلب على السلعة أو الخدمة . ففي هذه المرحلة يتزايد الطلب على السلعة ويكون أكبر من العرض ، وهذا ما يتيح دخول منتجين آخرين لسوق السلعة أوالخدمة ، وتكون الفرصة مهيأة لتحقيق أرباح ، أي أن الطلب يسمح بتحقيق أرباح . في هذه الحالة يكون لكل منظمة حصتها السوقية الخاصة بها .

90-Market Followers **تابعو السوق**

هم زبائن المنظمة في السوق الذين يشترون سلعتها منذ فترة زمنية ، وهذا يعني أن لديهم درجة من الولاء للسلعة وليس لديهم رغبة باستبدالها بإحدى سلع المنافسين ، وذلك بسبب إقتناعهم بها .

91- Market Fortification Strategy **إستراتيجية تحصين السوق**

تسعى هذه الإستراتيجية وتهدف إلى القيام بأعمال ونشاطات تسويقية ، من أجل الحفاظ على حصة المنظمة السوقية ، أي المحافظة على زبائنها وعدم سحبهم منها من قبل منافسيها . لذلك تقوم وباستمرار بتعزيز ثقة زبائنها بها ، وإرضائهم وإراحتهم ، وذلك من خلال تحسين جودة منتجها ، وتحديد أسعارها بشكل مناسب للزبائن ، وتقديم تشكيلة سلعية لهم، وتقديم خدمات إضافية ..الخ .

92-Market Fragmentation Stage **مرحلة إنكماش السوق**

هي إحدى مراحل تطور السوق وتأتي بعد مرحلتي اتساعه ونضوجه ، حيث يتزايد الطلب على الشركات المنتجة للسلعة أو الخدمة في السوق إلى الحد الذي يصبح سوقها مشبعاً ، وهنا تقل حصة كل شركة في السوق بسبب تزايد عدد الشركات فيه ، وتتناقص أرباحها ، ويبدأ السوق بالإنحدار أو الإنكماش رويداً رويداً إلى أن يصل في هذه المرحلة إلى مرحلة التشبع ، ويكون خطراً على أية شركة جديدة تريد دخول سوق السلعة .

93-Market Gap **فجوة السوق**

فرصة إستثمارية متاحة في السوق لم تستغل من قبل أحد من قبل ، ويمكن للمنظمة أو المستثمر أن يستغلها وتعود عليه وعلى الزبون في السوق بالمنفعة ، فقد تكون هذه الفجوة سلعة يحتاجها السوق ولم يقدمها إليه أحد ، أوخدمة يحتاجها الزبون ولم يقدمها له أحد .

94-Market Gulp **إغراق السوق**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Market Dumping

95- Market-Invisible Hand — اليد الخفية في السوق

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Invisible Hand in the Market

اليد الخفية في السوق

96-Market Lead Time Strategy — إستراتيجية زمن السوق المعياري

تهدف وتسعى هذه الإستراتيجية إلى تسليم المُنتج للسوق ووصوله للزبون عندما يطلبه دون تأخير ، لكي لا تفقد الشركة المنتجة بعض زبائنها ، وتتطلب هذه الإستراتيجية ما يلي :

- دراسة السوق باستمرار والإستجابة لما يريده الزبون وأي تغيير يحدث فيه .
- برمجة الإنتاج زمنياً بحيث يكون المنتج جاهز للسوق .
- إستخدام تكنولوجيا مرنة وعالية المستوى .
- الإعتماد على قوة عمل مرنة تمتلك مهارات متنوعة وجيدة .
- صيانة مستمرة للآلات والتجهيزات .
- توفير خدمات توزيع جيدة لتمكين الزبون من الحصول على السلعة بسهولة ويسروبأقصر زمن .

97-Market Leader — قائد السوق

في كل صناعة (أو خدمة) يكون فيها عادة منشأة ذات إمكانات كبيرة تتميز بها عن المنشآت الأخرى العاملة في نفس الصناعة ، وتمتلك ميزة تنافسية لا تمتلكها المنشآت المنافسة لها ، وبالتالي تستحوذ على الحصة الأكبر من السوق ، ويكون لها السبق في إجراء أي تعديل أوتحسين أو تطوير على السلعة ، وبالتالي نجد أن المنشآت الأخرى لا تعمل على مواجهتها ، بل السير وراءها، وهذه المنشأة القائدة تسعى لأن تكون المنشأة رقم واحد في السوق دائماً .

98-Market Life Cycle — دورة حياة السوق

ويسميها بعضهم بمراحل تطور السوق ، وتعبر عن المراحل التي تمر بها حياة سلعة جديدة في السوق ، وتتكون هذه الدورة من المراحل التالية :

- مرحلة تَكَون السوق : فيها تطرح السلعة (أو الخدمة) لأول مرة في السوق ويبدأ الطلب عليها.
- مرحلة إتساع السوق : تصبح السلعة معروفة في السوق ويتزايد الطلب عليها ويدخل منافسون جدد فيه ، ومازال في السوق متسع لدخول منافسين جدد ، وهناك أرباح .

- مرحلة الإنكماش : دخول منافسين جدد ويصل السوق إلى حالة الإشباع ولم يعد هناك مجال لدخول منافسين آخرين .
- مرحلة الإنحدار : يبدأ الطلب بالإنخفاض ، وتصبح السلعة متقادمة لظهور سلع جديدة منافسة لها وأفضل منها .
- مرحلة الإنتهاء : ينعدم الطلب على السلعة في السوق ويتوقف إنتاجها .

99-Market Map — خريطة السوق

هي نتاج لعملية دراسة السوق التي تحدد الفرصة (أو الفجوة) التي يمكن إستثمارها والتي هي غير مستغلة من أحد أو من قبل المنافسين . وتوضح الخارطة عادة السوق المستهدف ، والمستهلكين المحتملين وحاجاتهم، ورغباتهم ، وعاداتهم الشرائية .كما توضح المنتج (السلعة أو الخدمة) المناسب لإشباع هذه الحاجات والرغبات من حيث المواصفات ، والجودة ، والسعر ...الخ . إذاً خريطة السوق تمثل الرؤية المستقبلية للمنظمة في ما يخص إنتاج السلعة أوالخدمة ، وتسويقها بشكل مناسب ومنافسة الآخرين .

100-Market Modification strategy — إستراتيجية تعديل السوق

تهدف وتسعى المنظمة (المؤسسة أو الشركة ...الخ) من خلال هذه الإستراتيجية إلى توسيع سوق منتجها (أو خدمتها) عن طريق زيادة مبيعاتها من خلال ما يلي :

- جذب المستهلكين الذين لا يستعملون سلعتها وجعلهم مستعملين لها .
- الدخول إلى أجزاء جديدة من السوق .
- كسب شرائح من زبائن المنافسين .

وتستخدم في سبيل ذلك حملات ترويج مكثفة وواسعة ، وتوفر مزايا إضافية في منتجها ، أو تخفض سعر منتجها ...الخ .

101-Market Multisegment Strategy — إستراتيجية التجزئة المتعددة للسوق

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Differentiated Marketing Strategy

إستراتيجية التسويق المتنوعة

102-Market Order — أمر الشراء في السوق

يستخدم هذا المصطلح في الأسواق المالية ويسميه بعضهم بأمر التصرف ، ويعبر عن قيام مشتري بإصدار أمر لسمسار أو وكيل ، لشراء سندات أوأسهم من السوق المالي عند أفضل سعر متوفر .

103-Market Penetration — إختراق السوق

مصطلح شائع إستخدامه في مجال التسويق ، ويعني تمكن منشأة ما من بيع سلعتها (أوخدمتها) في سوق معين فيه منافسين ، وإنتزاع حصة من هذا السوق منهم . وعملية الإختراق تتطلب أن يكون لدى هذه المنشأة ميزة تنافسية تمكنها من تحقيق هذا الإختراق ، وهذه الميزة غير موجودة لدى منافسيها .

104-Market Positioning **مكانة السلعة في السوق**

هو المركز الذي تحتله السلعة أو الخدمة في سوق المنافسة أوضمن السلع أوالخدمات المنافسة لها في السوق المستهدف من قبل مشروع الأعمال . ويتحدد هذا المركز في ضوء الميزة التنافسية التي تتمتع بها السلعة أوالخدمة عن باقي السلع والخدمات المنافسة لها ، فكلما كانت الميزة قوية ، إحتلت السلعة أوالخدمة موقعاً متميزاً في السوق لدى المستهلكين وجذبتهم لشرائها وعدم شراء السلع المنافسة لها ، ويعبر عن هذا المركز حجم الطلب على السلعة وسمعتها .

105-Market Price **سعر السوق**

يعبر هذا السعر عن سعر السلعة (أو السلع) الرائج في السوق ، أي الذي تتم من خلاله عمليات بيعها وشرائها. ولا يوجد هذا السعر سوى في السوق الحر، أي الذي يخضع للعرض والطلب فيه .

106-Market Pushing Model **نموذج دفع السوق**

سياسة تسويقية إعلانية ، تعمل على دفع أو توفير معلومات وبشكل مكثف للمستهلك عن سلعة (أو خدمة) تريد منشأة تقديمها له . ويقصد بالكثافة هنا طول المادة الإعلانية ، وتكرار الإعلان ، وتنوع وسائله . وينصح باستخدام هذه السياسة في حالة كون السلعة جديدة وتقدم لأول مرة للسوق ، أو أن المنافسة السوقية شديدة .

107-Market Product Positioning Promotional Strategy **إستراتيجية تحديد مكانة المنتج في السوق بوساطة الترويج**

الوصول إلى المركز المطلوب للمُنتج (أو الخدمة) في السوق بين المنتجات المنافسة ، ليس عن طريق مواصفاته وجودته ، بل عن طريق إستراتيجية ترويجية مخططة ومكثفة للوصول إلى هذا الموقع أو المركز المستهدف . وبالتالي فهذه الإستراتيجية لا تركز على التعديلات الجوهرية التي تجريها المنظمة أو المنشأة على المُنتج ، من أجل تحديد مركزه السوقي ، بل تركز على الترويج له .

108-Market Reconsolidation Stage **مرحلة إعادة تقوية السوق**

تحدث هذه المرحلة ضمن أو خلال مرحلة إنكماش السوق أي خلال مرحلة إنخفاض الطلب على السلعة. وتتشكل مرحلة إعادة التقوية ، عندما تقوم بعض الشركات التي تنتج نفس السلعة ، بإنتاج

تشكيلة منها ، أوتطوير بعض مواصفاقما مثل شركة معجون أسنان كرست Crest التي أنتجت عدة أنواع من معجونها ، وكذلك شركة كلوس آب Close up التي قامت بإنتاج عدة نكهات من معجونها .

109-Market Research **بحوث السوق**

هو البحث في جميع العوامل التي تؤثر في حجم مبيعات سلعة أوخدمة معينة في سوق معين أوجماعة معينة، حيث يتم التركيز في هذه البحوث على تحديد طبيعة السوق من الناحيتين الكمية والنوعية : من هم المستهلكون ؟ ما هو حجم الطلب المتوقع ؟ ما هي اتجاهات الأسعار ؟ ما هي طبيعة المنافسة..الخ . إن الإجابة عن هذه الأسئلة تساعد محلل السوق على تكوين صورة حقيقية عنه ، وتمكنه من تحديد ما يجب أن يكون عليه الموقف تجاه السوق الذي تمت دراسته .

110-Market Scope **نطاق السوق**

يمثل المستهلكين الذين لديهم حاجة أو رغبة في شراء مُنتج المنظمة ، ويطلق عليهم الزبائن المحتملين أي المتوقع شراءهم للمنتج ، وذلك في سوق معين يدعى بالسوق المستهدف .

111-Market Segmentation **تجزئة السوق**

مصطلح يستخدم في مجال التسويق ، بموجب التجزئة يجري تقسيم أوتصنيف المستهلكين المحتملين في السوق المستهدف إلى فئات ، باستخدام معيار أوأكثر ، بحيث تضم الفئة (أوالجزء) مجموعة من المستهلكين المتجانسين أوالمتماثلين ، كأن يصنفوا حسب المنطقة الجغرافية التي يعيشون فيها ، أو حسب الجنس ذكر أوأنثى ، أوحسب عمر معين ، أوحسب حاجة متماثلة لديهم ....الخ .

112-Market Space **فضاء السوق**

التقنيات والأجهزة والعمليات التي تستخدم من أجل عقد صفقات البيع والشراء عبرالعالم من خلال شبكة الإنترنيت ،حيث تتم عملية الإتصال بين البائعين والمشترين وعقد الصفقات من خلال هذه الشبكة.

113-Market Study **دراسة السوق**

تمثل دراسة السوق أحد عناصر المزيج التسويقي ، ويتم فيها معرفة السلع المنافسة ومزاياها التنافسية ، وأسعارها ، وقدرة المنافسين المالية والتسويقية ونقاط ضعفهم .كذلك معرفة السلع البديلة ومزاياها وإمكانيتها على أن تحل محل السلعة ، وما هي المشاكل التي سوف تواجهه تسويق السلعة ، وهذا كله من أجل تحديد حجم الطلب المتوقع عليها .

114-Market Termination **مرحلة نهاية (إنتهاء) السوق**

هي المرحلة الأخيرة من مراحل تطور السوق ، حيث تصبح السلعة أوالخدمة المعروضة فيه متقادمة من وجهة نظر المستهلكين ولم تعد مناسبة لإشباع حاجتهم ، لذلك لابد من خروجها من السوق وأن يتوقف

المنتج عن إنتاجها ، وإذا إستمر على وجودها فيه فسوف يكون حجم مبيعاها ضئيل ، ولابد من أن يختفي أوينتهي الطلب عليها عاجلاً أم آجلاً .

115-Market Test إختبار السوق

تقديم السلعة للسوق على سبيل التجربة ، لمعرفة رأي المستهلك بها من حيث النواحي الإيجابية والسلبية المتعلقة بها . وهذا الإختبار مفيد للحصول على التغذية العكسية وتدارك النواحي السلبية ، قبل طرح السلعة بشكل نهائي وواسع في السوق .

116-Marketing التسويق

مجموعة من الأنشطة تقوم بها إدارة متخصصة في المنظمة تدعى بإدارة التسويق ، وهذه الأنشطة هي على شكل جهود متكاملة ومستمرة تسهل وتصاحب إنتقال السلع والخدمات من مصادر إنتاجها إلى مشتريها، مما يؤدي إلى إشباع حاجات المستهلكين وتحقيق المنفعة المكانية والزمانية والشكلية والحيازة لهم ، وتحقيق منافع إقتصادية للمجتمع والمنتجين . ولتحقيق ذلك يقوم التسويق بتنفيذ مزيج تسويقي مناسب (الأنشطة التسويقية) يتكون مما يلي :

- دراسة السوق لمعرفة حاجات المستهلك ورغباته .
- تطوير السلعة أو الخدمة بما ينسجم مع حاجات ورغبات المستهلك .
- تسعير السلعة أو الخدمة بشكل مناسب .
- الترويج للسلعة أو الخدمة لتعريف المستهلك بها .
- إيصال السلعة أو الخدمة للمستهلك من خلال عملية توزيع مناسبة .

117-Marketing Auditing التدقيق التسويقي

عمل يتم من خلاله مايلي :

- تقييم إستراتيجيات المنظمة التسويقية لتحديد جوانب الضعف والقوة فيها .
- تقييم المزيج التسويقي بعناصره الذي تستخدمه المنظمة لمعرفة إيجابياته وسلبياته .
- تقييم الأسواق التي تتعامل معها المنظمة لتحديد الفرص والمخاطر .
- تحديد أسباب خسارة الزبائن .
- تحديد أسباب إرتفاع وتدني ربحية المنظمة من حيث المبيعات .

118-Marketing Centers مراكز التسوق

مركز التسوق هو متجر عام يحتوي على محلات كثيرة ، تبيع أصنافاً متعددة من السلع المتشابهة وغير المتشابهة ، وتكون ملكية هذه المحلات لجهات (أشخاص ، منشآت...الخ) مختلفة . وتمتاز مراكز التسوق أن

بإمكان المستهلك أن يشتري جميع حاجاته من مركز واحد ،مما يوفر عليه عملية الإنتقال من مكان (سوق) لآخر ليشتري هذه الحاجات ، وبشكل خاص بالنسبة للسلع الإستهلاكية .

119-Marketing Communications Mixture مزيج الإتصالات التسويقية

مجموعة من النشاطات التسويقية التي تهدف إلى تحقيق الإتصال مع قنوات التوزيع والزبائن المحتملين ، من أجل ترويج وبيع المنتج (أوالخدمة) ، وتتكون هذه النشاطات مما يلي :الإعلان ، تنشيط المبيعات ، المعارض العلاقات العامة ، التسويق المباشر ، البيع الشخصي .

120-Marketing Cooperative تسويق تعاوني

مجموعة من المنتجين الصغار يقومون بتأسيس جمعية تعاونية في ما بينهم ، من أجل تسويق منتجاتهم في الأسواق ، بدلاً من الإعتماد على تجار الجملة والموزعين . ويكون لهذه التعاونية هيئة عامة ، ومجلس إدارة منتخب من قبل هيئتها العامة ، الذي يقوم بانتخاب رئيساً من بين أعضائه ليشرف على عمل الجمعية ، ويساعده مجموعة من الموظفين . ميزة هذه التعاونية أنها توفر العمولات والسمسرة التي يتقاضاها التجار لقاء تسويق منتجاتهم ، مما يمكنهم من بيع هذه المنتجات بأسعار أقل ، وكسب حصة أكبر من السوق .

121-Marketing Cost تكلفة التسويق

كافة الأموال والمصروفات التي ينفقها المُنتج على النشاط التسويقي في مجال ترويج سلعته وإنتقالها منه إلى المستهلك الأخير .

122-Marketing Golden Rule قاعدة التسويق الذهبية

قاعدة أخلاقية يُطلب من المنظمات على إختلاف أنواعها تطبيقها عند تسويق منتجاتها من السلع والخدمات ، لتحقيق الرضى والسعادة لدى زبائنها وتجعلها ناجحة في السوق . وتتكون هذه القاعدة من ثلاثة أركان هي :

- قَدِمْ منتجاً أو خدمة للآخرين كما تحب أن يقدموها لك .
- عَامِلْ الناس كما تحب أن يعاملوك .
- قُمْ بإشباع حاجات ورغبات الزبون مثل ما تحب أن يشبعوها لك .

123-Marketing Information System نظام معلومات التسويق

نظام معلومات محوسب تُدخل فيه بيانات تم جمعها عن الزبائن ، والمنافسة ، ووضع المنظمة في السوق ، ومناطق توزيع المنتج الجغرافية ، ونتائج أداء رجال المبيعات ، والموزعين ، والوكلاء ، وحملات الترويج ، ونتائج إستطلاع آراء الزبائن ..الخ . هذه البيانات يقوم الحاسوب بمعالجتها إلكترونياً ، حيث يقوم

بفرزها، وتصنيفها ، وترتيبها ، وتحليلها ، وجعلها على شكل معلومات يُستفاد منها في أعمال ونشاطات التسويق وصنع القرارات فيه .

124-Marketing Intermediaries وسطاء التسويق

هم شركات أو أشخاص يساعدون المنشآت الصناعية على تحريك ، وتوزيع ، وبيع منتجاهّا للمستهلكين النهائيين .

125-Marketing Mass كتلة التسويق

تعبر الكتلة هنا عن إجمالي أو مجموع المستهلكين المحتملين لسلعة أوخدمة في السوق ، أي الـذين لـديهم حاجة لهما ، وهذه الكتلة قد تشتمل على ذكور ، وإناث ، وأطفال ، وكبار السن ..الخ .

126-Marketing Management إدارة التسويق

هي إحدى إدارات (وظائف) المنشأة أو المنظمة الأساسية ، التي تمارس التخطـيط والتنظـيم والتوجيـه والرقابة في مجال النشاط التسويقي ، بما يضمن إنسياب السلعة (أوالخدمة) من المنتج إلى المستهلك بسهولة ويسر وبأدنى تكلفة ، وبما يحقق للمستهلك المنفعة المكانية ، والزمانية ، والحيازية ، والشـكلية . وهـذه الإدارة هي الجهة المسؤولة عن وضع إستراتيجية المنظمة التسويقية والعمل على تنفيذها ، والرقابـة علـى البرامج التفصيلية لهذا التنفيذ ، وحسب الأهداف الموضوعة والمراد تحقيقها. ويمتد نشاط إدارة التسـويق ليشمل النشاط البيعي والتخزين ، والنقل ، وجمع المعلومات عن السوق وتحليلها لمعرفة حاجات ورغبـات المستهلكين ، لإنتاج سلع وخدمات مناسبة لهم ، وترويجها وتوزيعها .

127- Marketing Mixture المزيج التسويقي

مجموعة من الأنشطة الإدارية والفنية والمالية التي يتوجب على المنتجين القيام بها في سبيل بيع وتصـريف منتجاهم في السوق ، وتتكون هذه الأنشطة مما يلي :

- السوق : ويقصد به دراسة السوق ويتضمن أموراً كثيرة أهمها تحديد السوق المستهدف ، تجزئـة السوق ، دراسة حاجات ورغبات المستهلكين ، دراسة أنماطهم السلوكية .
- المنتج : وهو السلعة أوالخدمة التي يراد إنتاجها وتقديمها للسوق بما يتوافق مع حاجات ورغبـات المستهلكين من حيث المواصفات والجودة .
- السعر : تحديد المبلغ الذي سيدفعه المستهلك لاقتناء السلعة أوالخدمة بحيث يغطي التكلفة وتحقيق نسبة معينة من الربح .
- الترويج : هو النشاط الذي من خلاله يتم الإتصال بالمستهلكين المحتملين بهدف إقناعهم بشـراء المنتج ، ويشتمل على الدعاية والإعلان وتنشيط المبيعات .

- التوزيع : نشاط يتم من خلاله تحديد أفضل القنوات التي من خلالها يتم إيصال المنتج للسوق والمستهلكين في المكان والزمان المناسبين ، بحيث يحصلوا عليه بأسهل وأقصر الطرق .

128-Marketing Myopia — قِصَرْ النظر التسويقي

فئة من المنتجين والبائعين الذين هم غير مقتنعين بأهمية وجدوى التسويق وأن ما ينفق عليه تكلفة ليس لها عائد . وحجتهم في ذلك ، أن النمو السكاني سيؤدي إلى زيادة الطلب على السلع والخدمات بشكل تلقائي ، وبالتالي فالمنظمات هي بحاجة إلى جهود بسيطة في مجال تسويق منتجاتها .

129-Marketing Opportunities Research — بحوث الفرص التسويقية

ويسميها بعضهم ببحوث الفرص البيعية ، وتهدف إلى إكتشاف فرص جديدة للبيع ، والتعرف على إمكانات التوسع في السوق ، والبحث عن مستهلكين جدد ، والمحافظة على الزبائن الحاليين ، وإكتشاف مصادر الخطر من السلع المنافسة ، وإحتمالات تحول الزبائن إليها ، في مسعى لتفادي هذه الإحتمالات ، والمحافظة على مركز المنظمة في السوق .

130-Marketing-Oriented Concept — مفهوم التوجه التسويقي

ويقصد به التوجه إلى السوق وقد ظهر هذا المفهوم التسويقي في الخمسينات من القرن العشرين الماضي ، حيث تحول إهتمام المنظمات من تحفيز المستهلكين لشراء ما تنتجه المنظمة ، إلى البحث عن حاجاته ورغباته من أجل إنتاج سلعة أو تقديم خدمة تشبعها وتلبيها. ويقوم هذا المفهوم على أربعة أركان هي :

- تحديد السوق المستهدف .
- تحديد حاجات ورغبات المستهلك .
- إشباع حاجات ورغبات المستهلك وتحقيق الرضى لديه من خلال منتج مناسب .
- تحقيق الربحية للمنظمة .

131-Marketing –Production Concept — المفهوم الإنتاجي التسويقي

هو أحد مراحل تطور مفهوم ونشاط التسويق ، ويعد المرحلة الأولى في هذا التطور ،حيث كان سائداً في الثلث الأول من القرن العشرين ، فقد كان ينظر إلى التسويق نظرة هامشية على أنه نشاط يعمل في خدمة نشاط الإنتاج ، الذي كان يباع بسهولة بسبب عدم وجود منافسة كبيرة لقلة المنتجين والطلب أكبر من العرض في السوق ، وبالتالي كانت لا تؤخذ حاجات ورغبات المستهلكين بعين الإعتبار من قبل المنتجين ، فسيادة السوق آنذاك كانت للمنتج وليس للمستهلك .

132-Marketing Research — بحوث التسويق

البحث في ما يجب على جهاز البيع (إدارة المبيعات) فعله من أجل دخول سوق معين ، فهو يحتاج إلى الصورة التي قامت بتكوينها بحوث السوق كأساس أو كنقطة البدء ، ثم يقوم بعد ذلك بالبحث في مسألة الترويج ، ومنافذ التسويق ...الخ ، التي يتوجب إستخدامها من أجل الحصول على حصة مناسبة في السوق .

133-Marketing Window **النافذة التسويقية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Strategic Window

النافذة الإستراتيجية

134-Marketing-Selling Concept **المفهوم البيعي للتسويق**

هو أحد مراحل تطور مفهوم ونشاط التسويق ، ويعد المرحلة الثانية في هذا التطور ، التي إمتدت ما بين فترة الثلاثينات حتى نهاية الأربعنيات وبداية الخمسينات من القرن الماضي ، حيث بدأت الأسواق تتسع وزاد عدد المنتجين ، وزادت درجة المنافسة بينهم ، وأيقن المنتجون أن عليهم إقناع المستهلكين بشراء ماينتجونه ، فزاد الإهتمام بالإعلان كوسيلة لتنشيط المبيعات ، وبدأ الاهتمام الجدي بنشاط التسويق كأحد أنشطة المنظمة .

135-Marketplace **مكان السوق**

هو الموقع الجغرافي المادي الذي يتم فيه اللقاء بين البائعين والمشترين ، وفي ظل التطور التقني في عالم الإتصالات لم تعد هناك حاجة إلى لقاء البائع بالشاري في موقع جغرافي محدد .

136-Markove Matrix-Human Resource **مصفوفة ماركوف في تخطيط المورد البشري**

تهدف مصفوفة "ماركوف" إلى تحديد عدد أفراد الموارد البشرية الذي سيكون متاحاً (قوة العمل) في كل وظيفة من وظائف المنظمة وعبر مستوياتها الإدارية ، فهي عبارة عن جدول يوضح وظائف المنظمة والمستويات الإدارية الموجودة فيها هذه الوظائف وعدد الأفراد الذين يعملون فيها في الوقت الحاضر، وما هو العدد المحتمل إنتقاله منها للوظائف الأخرى ، وكذلك عدد الأفراد المتوقع إنتقالهم من الوظائف الأخرى إليها ، سواء عن طريق الترقية أو النقل الأفقي . وتوضح أيضاً عدد الأفراد المتوقع إنفصالهم عن هذه الوظائف وتركهم العمل في المنظمة لأي سبب كان .

137-Maslow Motivation Theory **نظرية ماسلو عن الدافعية الإنسانية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Hierarchy of Needs Theory

نظرية تدرج الحاجات

138-Mass Communication الإتصال الجماهيري

إتصال عام تقوم به إدارات العلاقات العامة في المنظمات وخاصة الحكومية منها مع جماهيرها ، وهو عملية إتصالية منظمة ومدروسة ، لنقل رسالة إعلامية (أوإعلانية) لهذه الجماهير ، وذلك عن طريق وسائل الإتصال العامة السمعية والبصرية ، للتأثير في إتجاهات وقناعات الجمهور الذي تتعامل معه المنظمات . ويسير هذا الإتصال عادة باتجاه واحد ، ولا يخاطب جمهور متجانس ، ويكون إتصالاً سريعاً .

139-Mass Market السوق الجماهيري

هي النظرة القديمة للسوق عندما كانت السيادة فيه للمنتج وليس للمستهلك بسبب قلة المنافسة ، حيث كان المنتج هو المسيطر والمتحكم بالسوق ، وهو الذي يفكر نيابة عن المستهلك . وتقوم هذه النظرة على تشابه حاجات ورغبات وسلوك المستهلكين في السوق ، وبالتالي نمطية السلع والخدمات المقدمة فيه ، لذلك لا حاجة لتنويع المنتجات كثيراً .

140-Mass Mind العقلية العامة

يستخدم هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة ، والإعلان ، والدعاية ، حيث يتوجب على المسؤولين عن هذه النشاطات عندما يصممون الرسالة التي يودون نقلها للجمهور أو المستهلكين ، أن يصيغوها بشكل تتوافق مع العقلية أوالتفكير السائد لدى الجمهور المتصل به .

141-Mass Production الإنتاج الكبير المستمر

هو أحد أنماط الإنتاج في المنظمات الصناعية الذي يقوم بإنتاج سلعة واحدة نمطية وبكمية كبيرة ، ويعد أحد نواتج عدد من العوامل التي تشمل بصفة أساسية إتساع الأسواق وإمتداد نشاط المنشاة الصناعية داخل حدود الدولة الواحدة وعالمياً . والإنتاج الكبير يعتبر من أبرز مظاهر التقدم التكنولوجي الذي بدأ في منتصف الخمسينات والإتجاه نحو الميكنة والآلية ثم إلى الأوتوماتيكية التي غيرت في مجموعها أساليب الصناعة وحلت فيها الآلة في نواحي كثيرة محل العنصر البشري . وقد إرتبطت الآلية بزيادة كبيرة في الإنتاج كنتيجة لإحلال آلات ذات ضوابط ذاتية محل تلك التي كانت تتطلب إشرافاً ومباشرة مستمرة من العامل . ومع هذه المزايا المتعددة للأخذ بآلية الإنتاج الكبير المستمر فإنه يعني إستثمارات ضخمة ، تقتضي من المنشأة إجراء الدراسات المسبقة لاحتياجات السوق لفترة زمنية مستقبلية التي ستستثمر فيها ، كما أنها من ناحية أخرى لا تتماشى مع تنويع الإنتاج ، نظراً لأن التغيير في تصميم السلعة في ظل الآلية يتطلب إنفقات كبيرة . وتجدر الإشارة إلى أن هذا النمط من الإنتاج يحتاج إلى أسواق متعددة وجهود تسويقية ملحوظة ، ويتميز بأنه يخفض من التكلفة الثابتة بسبب كمية الإنتاج الكبيرة ، حيث تكون نصيب الوحدة

المنتجة من التكلفة الثابتة منخفضة ، مما يساعد على طرحها في السوق بسعر تنافسي كما هو الحال في المنتجات الصينية .

142-Master Operations List — قائمة العمليات الإنتاجية الرئيسة

بيان يوضح سلسلة الأعمال التقنية (العمليات الإنتاجية) التي يحتاجها إنتاج أوتصنيع السلعة ، حيث تكون محددة بشكل مسبق وفق تصميمها الهندسي . وعليه يمكن القول بأن هذه القائمة تمثل خطة تتضمن وتوضح خطوات الإنتاج الرئيسة الكلية التي يمر فيها تصنيع المنتج ، سواء عن طريق الآلات أوالعمال ، وذلك من بداية تصنيعه وحتى الإنتهاء منه ، بما في ذلك الزمن اللازم لتنفيذ كل عملية ، وفق تسلسل زمني مترابط ، وكذلك تحديد القسم المسؤول عن تنفيذ العملية الواحدة .

143-Master Production Schedule — جدول الإنتاج الرئيس

يعتبر هذا الجدول أهم مدخلات نظام تخطيط الإحتياجات المادية للإنتاج MRP (تحديد مستلزمات الإنتاج من المواد والقطع الجاهزة الصنع) . بموجبه يتم تحديد المنتجات التي سيتم إنتاجها ، وما هي الكميات المطلوب إنتاجها منها . وبالتالي فهذا الجدول هو عبارة عن بيان يوضح رقم الإنتاج ، وتوقيته ، ومستلزماته بشكل فعلي وليس على أساس التنبؤ بحجم المبيعات ، أي أنه يوضح الكميات التي يتوجب إنتاجها فعلاً وليس ما يمكن إنتاجه . وعليه يعتبر هذا الجدول القاعدة التي يقوم على أساسها تخطيط الإحتياجات من مستلزمات الإنتاج (المواد والقطع ... الخ) الداخلة في التصنيع .

144-Master Plan — الخطة الرئيسة

هي الخطة العامة والأساسية التي من خلالها تتحقق أهداف المنظمة ، ومنها تنبثق الخطط الفرعية . فخطة المنشأة الرئيسة ينبثق عنها خطة الإنتاج ، والتسويق ، والتمويل ، والشراء..وغيرها، ولا تكون هذه الخطة عادة تفصيلية ، فهي تتناول الخطوط العامة التي سيسير عليها نشاط المنظمة المستقبلي في سبيل تحقيق أهدافها.

145-Master –Slave Computer Systems — أنظمة السيد – العبد الحاسوبية

مصطلح أطلق على الرابطة التي تربط الحواسيب الرئيسة مع الشاشات الطرفية المستقبلة للمعلومات منها ، حيث بإمكان الأخيرة أن ترسل طلباتها للمعلومات أوالخدمة التي تريدها إلى الحاسب الآلي الرئيس ليوفرها لها ، وهذا يعد بمثابة نفاذ الشاشات الطرفية إلى مخزون الحاسوب الرئيس للمعلومات .

146- Matching Strategic (HRM) Model — نموذج التطابق الإستراتيجي لإدارة الموارد البشرية

يشير مفهوم هذا النموذج إلى ضرورة التكامل والإنسجام والتوافق بين إستراتيجية إدارة الموارد البشرية من جهة وإستراتيجية المنظمة من جهة أخرى ، وهذا يعني أن يحدد مضمون الإستراتيجية الأولى وما تشتمل عليه من فلسفة ، وسياسات ، وممارسات ، وبرامج بما يتوافق وينسجم مع أهداف ومتطلبات الإستراتيجية الثانية . فإذا كانت إستراتيجية المنظمة هجومية ، معنى ذلك أن إستراتيجية إدارة الموارد البشرية يجب أن تسعى إلى خدمة الهجومية في إستراتيجية المنظمة .

147-Material and Product Handling — مناولة المواد والمنتج

تشمل المناولة هنا المواد الأولية ، والأجزاء المصنعة والنصف مصنعة ، والسلعة المنتهية الصنع وتحت التصنيع بين مراحل الإنتاج ، والمناولة عمل يتم بموجبه مايلي :

- نقل المواد وتخزينها في الأماكن المخصصة لها داخل المخزن .
- نقل المواد من المخزن إلى مراكز التشغيل داخل المصنع .
- نقل السلعة تحت التصنيع بين مراحل الإنتاج .
- نقل السلعة بعد الإنتهاء من تصنيعها وتخزينها في المخزن .
- نقل السلعة المنتهية الصنع من المخزن إلى وسائل النقل للبيع .

ويستخدم في عملية مناولة المواد رافعات شوكية وغيرها ، وسيور ناقلة علوية وأرضية ، وسيارات كهربائية وغير كهربائية للنقل...الخ . ويحدد نوع هذه الوسائل في ضوء حجم المواد وطبيعتها وكميتها ، وحجم المستودع ، وصالة الإنتاج .

148-Material Control of Production — مراقبة مواد الإنتاج

عمل رقابي يتم من خلاله التأكد من تجهيز إحتياجات الإنتاج أوعملية التصنيع من المواد بالكمية ، والمواصفات ، والجودة المطلوبة ، وفي المكان والزمان المحددين ، وكشف الإنحرافات لتلافيها قبل دخول المواد عملية التصنيع ، ولتصل المواد للمكان والزمان المحددين ، ولا تتأخر عملية الإنتاج .

149-Material Fluctuations Inventory — مخزون المواد لمواجهة تقلبات الطلب

كمية محددة من المواد (الأولية أو الخام) التي يحتاجها العمل الإنتاجي في المنظمة الصناعية ، تحتفظ بها لمواجهة التذبذب أو التقلب (إرتفاعاً وإنخفاضاً) في طلب السوق لمنتجها ، بهدف تمكينها من إمداد زبائنها بمنتجها بشكل مستمر، أي عندما يرتفع الطلب عليها ، وبشكل خاص الطلب المفاجئ أو غير المتوقع .

150-Material Order — الترتيب(النظام) المادي

هو أحد مبادئ الإدارة "لفايول Fayol " وقصد به ترتيب الأشياء لتجنب ضياعها ، وهذا يعني أن يحدد لكل شيء مادي (مواد ، آلات ، عدد...الخ) مكان محدد ومعروف يسهل الوصل إليه . ولا يكفي تحديد

المكان فحسب ، بل أن يكون هذا المكان مناسب ، بحيث يُمَكِنْ من مزاولة العمل بأعلى قدر ممكن من السهولة واليسر .

151-Material Return Note — إشعار إرجاع مواد

نموذج مطبوع يستخدم في مجال التخزين ، يبين كمية المادة المرتجعة ، ومواصفاتها ، وسعرها ، وتاريخ إرجاعها إلى المخزن بسبب عدم إستخدامها .

152-Material Usage Varience — إنحراف إستخدام المواد

هو الفرق الحاصل بين كمية المواد المعيارية المحددة ، وبين كمية المواد المستخدمة فعلياً في الإنتاج ، وهذا الفرق إما أن يكون إيجابياً أقل عن ما هو مقدر أو سلبياً أكبر مما هو مقدر .

153-Maternity Leadership — القيادة الأم أو بالأمومة

تعني بعد النظر (الرؤية) والعمل لمستقبل أفضل، والتفاني وعدم وجود الأنا أوالذات ، ودون وجود غايات مادية ، وبالتالي فالقائد هنا عطوف حنون في تعامله مع مرؤوسيه ، ويدرك أن العلاقة معهم تتغير مع مرور الزمن ، أي عندما يكبروا في العمل ويتطوروا فهذا فخر للقائد الذي يجب أن يعاملهم كأخوة (إن كبر إبنك فخاويه) ، مع ملاحظة إختلاف أسلوب التعامل من مرؤوس لمرؤوس حسب شخصيته ومستوى أدائه ومهارته في العمل . القائد بالأمومة لا يهمه كسب شعبية في المنظمة ، فالأم تحب أبناءها بدون شروط أو مصالح شخصية ، فالقائد الأم هو منبع المعرفة لمرؤوسيه ، وقدوتهم ، ومثلهم الأعلى ، فالحب والإحترام والحنان موجودون لديه في كل وقت وفي كل ظرف . القائد الأم شعاره التضحية وليس الغيرة من مرؤوسيه ، فيسعده نجاحهم وتفوقهم عليه .

154-Maternity Leave — إجازة أمومة

إجازة بعدد أيام محددة تُعطى أوتُمنح للنساء العاملات بعد الولادة من أجل رعاية الوليد ، وتكون هذه الإجازة بأجر ، وتحتسب مدتها من ضمن الخدمة الوظيفية للمرأة . وبعد أن تباشر المرأة الولادة عملها بعد إجازة الأمومة ، تمنحها المنظمة إجازة لمدة ساعة أو أكثر للذهاب إلى بيتها من أجل إرضاع طفلها الوليد . وهذه المسألة تتفاوت من منظمة لأخرى ومن بلد لآخر حسب القوانين والتشريعات المعمول بها .

155-Matrix of the Methods and Sources of (HR) Recruitment — مصفوفة أساليب ومصادر إستقطاب الموارد البشرية

جدول يوضح مصادر الموارد البشرية المتاحة التي تتوفر فيها إحتياجات المنظمة من هذه الموارد، والأساليب التي يمكن إستخدامها من أجل إستقطابها ، حيث من خلال هذا الجدول تتمكن المنظمة من إختيار المصدر المناسب ووسيلة الإستقطاب الملائمة وفق الظروف المحيطة بحاجتها . فعلى سبيل المثال إذا

كانت منظمة بحاجة لمدير حسابات لديه خبرة /5/ سنوات لشغل وظيفة خلال 7 أيام . في هذه الحالة سيكون المصدر الأفضل هو المنظمات الأخرى ، والوسيلة المناسبة هي الإتصال الشخصي مع من يراد إستقطابه من المنظمات الأخرى ، بسبب سرعة الحاجة .

156-Matrix Organization **منظمة المصفوفة**

منظمة تنبثق عن منظمة كبيرة تدعى بالمنظمة الأم ، لأداء عمل أو مهمة معينة (قد تكون دائمة أو مؤقتة) ولها هيكلها التنظيمي الخاص ، وقوة عمل خاصة بها ، ولديها إستقلال إداري وميزانية خاصة بها ، وتعمل تحت إشراف ورقابة المنظمة الأم ، فمنظمة المصفوفة بالتالي هي شكل من أشكال لامركزية السلطة والأداء.

157-Mature Behavior **السلوك الناضج**

هو الذي ينبع عن الإنسان الناضج الذي يتصف بإدراك ومعرفة ذاته بشكل جيد وموضوعي والسيطرة عليها . كما يتصف ببعد النظر ، والتصرف بشكل متوازن وبأشكال مختلفة تتناسب مع المواقف التي يواجهها ، ودون إزعاج للآخرين .

158-Maturity Date **تاريخ الإستحقاق**

هو الموعد الذي يستحق عنده دفع قيمة الورقة التجارية أو مبلغ مدين .

159-Maximum Stock Level **مستوى أو الحد الأقصى للتخزين**

يعبر هذا المستوى عن الكمية التي يجب ألا يتجاوزها رصيد الصنف المخزن ، فالتجاوز يعني تخزين كمية لا حاجة لها منه والتي يصاحبها تكلفة تخزين لا مبرر لها . وتتحدد هذه الكمية في ضوء إعتبارات متعددة منها: تلبية حاجة المنظمة ومنع خطر التوقف عن العمل ، خصم الكمية الممنوح من البائع ، ندرة الصنف في السوق ، صعوبة شراء الصنف ، طول المدة الزمنية اللازمة لشراء الصنف ، سعر الصنف الحالي...الخ . ويجب إعادة النظر في هذا المستوى كل فترة زمنية ، لأن الظروف المصاحبة لشرائه تختلف من حين لآخر.

160-Mechanical Organization **المنظمة (التنظيم) الميكانيكية**

هي التي يتلون فيها طابع العمل الإداري التنظيمي بأفكار ، ومفاهيم النظرية الكلاسيكية في الإدارة ، وبالتالي فهي تتصف بالخصائص التالية :

- يقوم التنظيم فيها على أساس الفرد الذي يعتبر الخلية الأساسية في تكوين المنظمة ، وبالتالي فالنظرة جزئية وليست كلية شمولية في مجال العمل .
- الإعتماد على درجة عالية من التقسيم والتخصص في الأعمال .
- تحديد دقيق وواضح للمهام والمسؤوليات .

- مركزية عالية للسلطة والرقابة .
- معظم الإتصالات عمودية تتماشى مع خط السلطة الرسمية .
- المشاركة وديموقراطية الإدارة شبه معدومة .
- التحفيز الإنساني هو مادي .

161-Mechanical Solidation of Employees تماسك العاملين الآلي

ويقصد به تعاون العاملين مع بعضهم وتفانيهم في العمل ضمن الوحدة الإدارية ، بسبب وجود نظام تأديبي صارم ، وإدارة تسلطية غير ديموقراطية ، وبالتالي فالإندماج هنا ليس نابعاً عن قناعة شخصية لدى العاملين ، بل نابع من خوف العاملين من العقاب .

162-Mechanical Test الإختبار الميكانيكي

يستخدم هذا النوع من الإختبارات من أجل الكشف عن مدى توفر القدرة الميكانيكية لدى الفرد ، وبالتالي فهو مخصص للأعمال المهنية الفنية التي لها علاقة بعمل الآلات ، ويسعى لاكتشاف مدى جودة وخفة وسرعة يد الشخص الذي يجري إختباره في العمل الآلي الميكانيكي ، وكذلك مدى سرعة إدراكه للأشياء وفهمها .

163-Mechanism of Motivation آلية الدافعية الإنسانية

عندما تتحرك حاجة ما داخل الإنسان كالجوع ، العطش...الخ ، لا شك أنه يشعر بتوتر وبحالة من عدم التوازن الداخلي وعدم الإرتياح . هنا يبدأ بالبحث عن هدف أو أكثر (حافز) من خلال تحقيقه يستطيع إشباع حاجته ، وإعادة التوازن لنفسه والشعور بالإرتياح . ومما لا ريب فيه أن تحقيق الهدف يحتاج إلى عمل وسلوك ، وهنا يقوم بالمفاضلة بين عدة بدائل من التصرفات والسلوكات في ضوء شيئين : إمكاناته الفسيولوجية والمادية والنفسية ، وظروف البيئة المحيطة وقيودها . ولابد من الإشارة إلى أن إختيار بدائل الهدف والعمل والسلوك في هذه الحالة يختلف من شخص لآخر ، بسبب الفروقات الفردية واختلاف البيئة المحيطة . عند تنفيذ الفرد للعمل والسلوك الذي قام باختياره يواجه بعقبات فإذا نجح في تجاوزها حصل على الهدف وأشبع به حاجته . وإذا لم ينجح فيدعى ذلك بسلوك غير ناجح ، وهنا عليه إما تغيير الهدف ، أو تغيير السلوك أو كليهما ، ليتمكن من الحصول على الهدف وبالتالي إشباع حاجته . وإذا لم ينجح مع تكرار التغيير للهدف والسلوك ، قد يلجأ إلى سلوكات عدوانية ، أو قد يصاب الشخص بعقدة نفسية .

164-Mechanistic Management الإدارة الميكانيكية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Theory of Scientific Management

نظرية الإدارة العلمية

165-Mediate Decisions — قرارات وسيطة

هي القرارات التي تعتمد على الحل الوسط الذي يرضي جميع الأشخاص المشتركين أو المعنيين في عملية صنع القرار . ويظهر هذا النوع من القرارات عادة في عمل المجالس واللجان التي عندما تتعارض آراء أعضائها ولا يتمكنون من الوصول إلى قرار نهائي ، حيث يتم اللجوء عندئذ إلى قرار وسط يرضى عنه الجميع .

166-Medical Leave — إجازة صحية أو مرضية

تنمح المنظمات عادة هذه الإجازة للعاملين لديها وهي مدفوعة الأجر ، وذلك لمدة معينة تحددها أنظمتها الداخلية ، بما يتماشى مع القوانين والتشريعات الحكومية ، وتضع تنظيماً لمنحها ، فعلى سبيل المثال قد تُمنح على النحو التالي :

- من 1 يوم وحتى 60 يوماً — بكامل الأجر .
- من 61 يوم وحتى 90 يوماً — 75% من الأجر .
- من 91 يوم وحتى 120 يوماً — 50% من الأجر .
- أكثر من 120 يوم — بدون أجر .

167-Meetings Management — إدارة الإجتماعات

هي أحد فروع المعرفة الإدارية ، التي تقوم على أسس وقواعد علمية ترشد إلى تخطيط وتنظيم وتنفيذ إجتماع ناجح ، الذي يمكن تعريفه بما يلي : "لقاء يتم بين فردين فأكثر ، في زمان ومكان محددين بشكل مسبق ، لدراسة موضوع معين ، من خلال التشاور والمناقشة والحوار ، والوصول إلى نتيجة". وعليه يمكن القول بأن إدارة الإجتماع هو علم وفن بآن واحد ، يساعدنا على معرفة كيف وأين ومتى تنفذ قواعد وأسس معينة ، للوصول إلى إجتماع ناجح . ويمكن تحديد أركان أي إجتماع بما يلي : الهدف ، الأفراد ، المكان ، الزمان ، التفاعل بين الأفراد ، الإجراءات والقواعد ، الإدارة .

168-Membership Groups — جماعات العضوية

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى تلك الجماعات التي ينتمي إليها الأفراد العاملون في المجتمع ، وذلك وفق معيار موضوعي محدد . فالمهندس على سبيل المثال ينتمي إلى جماعة المهندسين (نقابة المهندسين) ، وكذلك الصيدلي ، والمحامي ...الخ .

169-Men Behind Crown — رجال خلف العرش

صفة أو مقولة يُنعت بها المدير ذو الشخصية الضعيفة الذي لا يتمكن من حسم الأمور وصنع القرارات بنفسه ، فيقرب منه أحد مرؤوسيه ذو شخصية قيادية قوية فيعتمد على آرائه وتوجيهاته . وهذا المرؤوس

يمكن أن يقابل مديره وقت ما يشاء ، بغض النظر عن الإجراءات التي يضعها المدير من أجل مقابلته ، وبالتالي يكون له تأثير قوي في ما يصدره المدير من قرارات ، لذلك يهمس باقي المرؤوسين بأن هذا المرؤوس هو المدير الحقيقي .

170-Mental Ability — القدرة الذهنية

تمثل الذكاء الإنساني الذي تختلف درجته من إنسان لآخر ، وهذه القدرة تمكن صاحبها من الفهم السريع ، الإبتكار ، الإستنتاج ، الإستقراء ، وضع الحلول ... الخ .

171-Mental-Intelegence Tests — إختبارات القدرة الذهنية والذكاء

تهدف هذه الاختبارات إلى تحديد مستوى ذكاء الفرد المطلوب لأداء عدد من الوظائف ، بغية معرفة مدى مناسبة مستوى ذكائه للوظائف التي من المحتمل أن يعمل فيها بالمنظمة بعد تعيينه فيها ، تأسيساً على أن كل وظيفة تتطلب درجة أو مستوى ذكاء معين . ومن أشهر إختبارات الذكاء ما يلي :

- إختبار الإدراك . Cognition Test
- إختبار القدرة على فهم وإستيعاب الإتصال اللفظي . Verbal Communication Test
- إختبار القدرة على الإختراع . Creative Ability Test
- إختبار إدراك المعرفة . Knowledge Perception Test
- إختبار القدرة العددية . Numerical Ability Test

172-Mental Training — التدريب الذهني

بموجب هذا النوع من التدريب يُعلم المتدرب كيف يتخيل أو يتصور الأمور وما سوف تؤول إليه ، فتنظيم هذه العملية الذهنية أوالفكرية لدى المتدرب ، تساعده على إستقراء الأمور والتنبؤ بها ، وتشكيل التصور الصحيح حولها .

173-Mentor Employee — الموظف المُعلمْ ذو الخبرة

هو الموظف (أو العامل) الذي يمتلك أعلى مستوى من الخبرة والمهارة في المهنة الواحدة أو العمل الواحد (محاسب ، مبرمج ...الخ) داخل المنظمة أو ضمن وحدة إدارية فيها ، بحيث تمكنه من تدريب زملائه الذين هم معه في نفس مكان العمل ، فيوجههم وينصحهم لتطوير وتحسين أدائهم ، ويكون مصدراً للمعلومات ضمن نطاق مهنته ، وهو في العادة لديه أقدمية طويلة في مجال عمله ، ويكون مستشاراً غير رسمي لرئيسه المباشر .

174-Mentor Manager — المدير المُعلم ذو الخبرة الناصح

تؤكد الإدارة المعاصرة على ضرورة تغيير دور الرئيس التقليدي الذي يتمحور حول الإشراف وإصدار الأوامر وإستخدام السلطة الرسمية إلى دور معاصرآخر ، وهو أن الرئيس هو ناصح ومرشد لمرؤوسيه قبل أن يكون آمراً للسلطة . فدوره الجديد يحتم عليه أن يكون قريباً من مرؤوسيه ليمد لهم يد العون عند الضرورة ، ومساندقم وإرشادهم للطريق الصحيح ، ومساعدقم في تخطي العقبات التي تصادفهم ، فهو معلم وناصح وموجه مخلص ، يسعى لتطوير أداء مرؤوسيه باستمرار وهو منسق لجهودهم.

175-Mentory Training — التدريب الإرشادي أو النصحي

يتم هذا التدريب في مكان ممارسة العمل وأثنائه ، حيث يقوم أحد الزملاء في نفس مكان العمـــل ممـــن يمتلكون الخبرة والمهارة والقدم الوظيفي ، بتزويد زميل له أوأكثر بنصائحه وإرشاداته لتلافي نقاط الضعف في أدائه ، من أجل تطويره وتحسينه . ويتم التدريب إما بتكليف رسمي من الرئيس المباشر ، أوبشكل غـــير رسمي بحكم علاقة الزمالة والصداقة بين العاملين .

176-Merchant Banking Service — خدمة العمل التجاري المصرفي

هي إحدى الخدمات التي تقدمها المصارف إلى الشركات الجديدة والقديمة ، حيث تشتمل هذه الخدمـــة على عمليات الإندماج ، والإستحواذ ، والتحوط من مخاطر تقلب أسعار الصـــرف ، وتحضـــير الخطـــط التسويقية الإستراتيجية ، ودعم الشركات المصدرة للسندات ، حيث تقوم المصارف بتقـــديم الكفـــالات والضمانات لهذه الشركات ، في سعيها للحصول على التمويل اللازم لدعم نشاطاقا الإقتصادية .

177-Mergering Strategy — إستراتيجية الدمج

تقوم هذه الإستراتيجية على إندماج منظمتين مع بعضهما من أجل تكوين منظمة واحدة كـــبيرة قويـــة ذات إمكانات واسعة وبمسمى جديد ، وملكية مشتركة . ويكمن وراء الإندماج أهداف عدة منها علـــى سبيل المثال : إحتكار السوق ، توسيع الأعمال ، تقوية الإمكانات لإنتاج سلع أو خدمات جديدة ...الخ . ويسبق الإندماج دراسات كثيرة للتأكد من التوافق بين المنظمات التي ترغب في الإندماج .

178-Merit Pay Increase — زيادة الراتب او الأجر على أساس الكفاءة

مبلغ من المال يحصل عليه العاملون في المنظمة زيادة على راتبهم أو أجرهم الأساسي ، وذلك إذا حققـــوا مستوى معين من الكفاءة في أداء أعمالهم . وتُدفع هذه الزيادة عادة في نهاية كل فترة زمنية بغـــض النظـــر عن نتائج تقييم أدائهم في السنوات الماضية . بمعنى إذا حصل الموظف على هذه الزيادة في هذه الســـنة ، لا يفقدها إذا لم يحقق مستوى الكفاءة المطلوب في السنة القادمة ، فالزيادة عندما يحصل عليها الموظف تصبح جزءاً من راتبه أو أجره .

179-Merit Rating System — نظام تقييم الجدارة

يمثل هذا النظام الإتجاه التقليدي في مجال تقييم إنتاجية العمال الذين يشتغلون في أعمال إنتاجية ملموسة في الغالب ويدوية ، بهدف تحديد ما يستحقونه من أجر ، وبالتالي فهو يربط بين أداء العامل وتعويضه المالي. ويستخدم هذا التقييم معايير قليلة لكنها أساسية أهمها ما يلي : كمية العمل ، جودة العمل ، المحافظة على وقت العمل ، وبالتالي نجد أن تقييم الكفاءة يركز على الأداء وليس السلوك .

180- Merit Variable Bonuses System — نظام دفع المكافآت المتغيرة

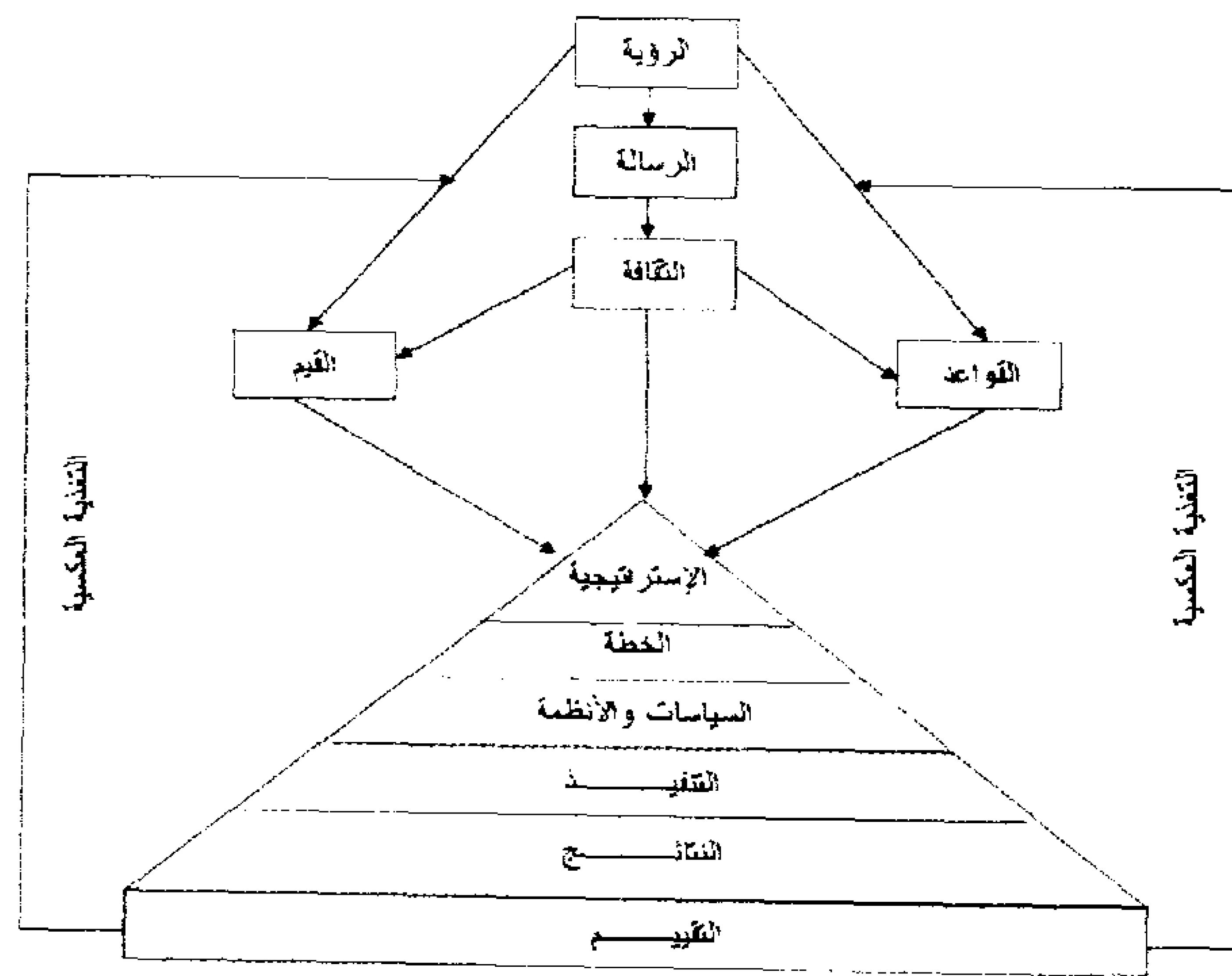
مبلغ محدد من المال يُدفع للعاملين في نهاية فترة زمنية محددة هي السنة في العادة ولمرة واحدة كمكافأة ، إذا حققوا مستويات كفاءة معينة . فإذا كان الجدول على النحو التالي :

تقدير ممتاز	1000	وحدة نقدية
تقدير جيد جداً	750	وحدة نقدية
تقدير جيد	500	وحدة نقدية

وحقق موظف أوعامل ما هذا العام تقدير ممتاز ، إستحق في هذه الحالة مكافأة قدرها /1000/ وحدة نقدية، وإذا حقق تقدير جيد إستحق مكافأة قدرها /500/وحدة نقدية . ولا تعتبر هذه المكافأة جزءاً من الراتب أو الأجر كالزيادة الدورية ، لأن العامل إذا حصل في العام القادم على تقدير متوسط ، فسوف لن يحصل على مكافأة .

181-Methodology of Organization Management — منهجية إدارة المنظمة

تمثل هذه المنهجية الإطار العام لإدارة وعمل المنظمة التي يمكن توضيحها بالشكل التالي :



182-Micro Entrepreneurship — مشروع متناهي في الصغر

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Home Based Business

مشروع أعمال ذو طابع منزلي

183-Micro Environment **البيئة الجزئية**

هي البيئة المحيطة بالمنظمة التي تشتمل على متغيرات ذات تأثير مباشر في نشاطها ويسميها بعضهم بالبيئة المباشرة . وتتصف هذه المتغيرات بالإحتكاك والتأثير المستمر في نشاطها مثل : الزبائن ، الممولون ، المنافسون ....الخ .

184-Micro Marketing418 **التسويق الجزئي**

تقديم المنشأة لمنتج بمواصفات وجودة وبمزيج تسويقي معين ، يتناسب وبشكل دقيق مع حاجات وتفضيلات شريحة معينة ومحدودة من المستهلكين ، وفي قطاع جغرافي وسيكولوجي معين أيضاً .

185-Midcareer Plateau **المسار الوظيفي المتوسط الإرتفاع (الطول)**

المسار الوظيفي بوجه عام ، هو عدد ونوع الوظائف المحتمل أن يترقى الموظف إليها للمستويات الإدارية الأعلى خلال حياته الوظيفية في المنظمة ، وبالتالي فعندما يكون المسار متوسط الطول أو الإرتفاع ، فهـذا يعني أن عدد الوظائف التي يمكن أن يترقى إليها الموظف ليس كبيراً وليس قليلاً .

186-Middle Management **الإدارة الوسطى**

تمثل هذه الإدارة المستوى الإداري الثاني ضمن الهيكل التنظيمي للمنظمة ، حيث تتوسط بين الإدارة العليا والإدارة المباشرة ، وتضم مجموعة من المديرين الذين ينقلون ويفسرون القرارات المتخذة في الإدارة العليا للإدارة المباشرة ، وتستلم تقارير الأداء والرقابة عليه من الإدارة المباشرة وتنقله بعد التعليق عليه للإدارة العليا .

187-Middlemen **الوسطاء**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Jobbers

188-Mid-Road Leader **القائد الوسط**

هو أحد أنماط القيادة الإدارية التي حددها كل من"بلاك وموتون" في نظريتهما الشبكة الإدارية"، حيث يحتل هذا النمط الموقع (5.5) على الشبكة ويشير إلى القائد الذي يعطي إهتماماً متوسطاً لكل من العمل (الإنتاج) ومرؤوسيه وبشكل متوازن ومتوسط .

189-Mid-Term Planning **تخطيط متوسط الأجل**

يمثل الحلقة الثانية في سلسلة التخطيط الزمنية التي تتكون من التخطيط الطويل الأجل ، والمتوسط والقصير ، وبالتالي فهو يغطي فترة زمنية ليست بطويلة ولا قصيرة ، ولا توجد فترة زمنية نمطية يغطيها ، لأن تحديد هذه الفترة خاضع لظروف المنظمة والظروف البيئية المحيطة بها ، لكن مدته بالطبع أكثر من سنة واحدة وقد تمتد لسنتين أو ثلاثة أو أكثر حسب الظروف كما أسلفنا . ويمكن القول أن هذا التخطيط هو إمتداد وترجمة للتخطيط الطويل الأجل وأكثر تفصيلاً منه .

190-Mind-Eye-Hand Coordination **تنسيق الذهن مع اليد والعين**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Psychomotor Ability

191-Military Organization **التنظيم العسكري**

صفة أطلقت على مفاهيم النظرية الكلاسيكية في الإدارة ، التي تتسم بالدقة والإنصياع التام للأوامر والتوجيهات ، حيث لا يوجد إعتراض من قبل المرؤوس عليها ، فالعنصر البشري يدار وفق ما تراه الإدارة مناسباً ، فلا رأي له على الإطلاق ، وهو بمثابة الآلة التي تدار وفق الرغبة والحاجة .

192-Minimun Stock Level **مستوى أو الحد الأدنى للمخزون**

ويسميه بعضهم باحتياطي الطوارىء ، ويمثل الكمية الواجب تخزينها من كل صنف ولا يقل رصيده عنها. وهذه الكمية يجب عدم المساس بها إلا في حالات الطوارىء التي تهدد العمل بالتوقف . وهذا المستوى يختلف من صنف لآخر بسبب عوامل متعددة منها : معدل إستهلاك الصنف ، الفترة الزمنية اللازمة لإعادة شرائه...الخ . وهذا المستوى يجب إعادة النظر فيه كل فترة زمنية ، بسبب تغير الظروف المصاحبة لإستهلاكه وشرائه .

193-Minus Price **السعر الناقص**

ويمثل سعر مبيع السلعة مخفضاً منه الخصم الممنوح على شراء السلعة ، وبالتالي يمكن تسمية هذا المصطلح بالسعر بعد الخصم .

194-Minutes of Meeting **محضر إجتماع**

تسجيل كتابي للوقائع التي تحدث داخل الإجتماع ، أي تسجيل لكل ما يقال ويعرض ويناقش من قبل أعضاء الإجتماع أثناء إنعقاده .

195-Mission –Driven Government **حكومة مدارة برسالة**

نمط إدارة حكومية أخلاقي يعمل على إدارة الأجهزة الحكومية من خلال قوانين ولوائح وقواعد مدروسة ضابطة للسلوك التنظيمي فيها ، وهي مقبولة منها وموضع إحترام من قبل الجميع ، لأن هدفها ومسعاها (الرسالة) وضع المصلحة العامة فوق أي إعتبار ، والعمل يتم في ضوء العدالة وتكافؤ الفرص .

196-Missmanagement — الإدارة المفقودة

هي الإدارة التي لا تعرف كيف تخطط ، وتنظم ، وتوجه ، وتراقب ، وتنسق ، ولا تعرف أيضاً كيف تصنع القرار الصحيح في ظل ظروف البيئة المتغيرة ، ولا تعرف كيف تكيف نشاط المنظمة معها ، كما هو الحال في المنظمات الحكومية في العديد من البلدان النامية .

197-Mobile-Work — العمل الجوال (السريع الحركة)

نوع من الأعمال يتصف بطابع سرعة الحركة والتلبية الفورية لطلبات الزبائن ، ويمارس في نوعية معينة من الأعمال التي تحتاج إلى سرعة ،كأعمال إصلاح المصاعد الكهربائية ، التيار الكهربائي ، السيارات المعطلة في الطرق السريعة والعامة ، أعطال الهاتف ، مشكلة ميكانيكية في الآلات..الخ . وتمتلك الشركة التي تعمل في هذا النوع من العمل جاهزية كاملة في كل الأوقات لتلبية طلبات الزبائن المستعجلة ، ويكون لديها عادة سيارات جوالة مجهزة بكل مستلزمات العمل ، حيث يتصل بها المقر الرئيس ويوجهها لعنوان الزبون (شركة) لتلبية طلبه بأقصى سرعة . وينظر مخططو الموارد البشرية في المنظمات إلى هذا النوع من الشركات على أنه مصدر من مصادر القوى العاملة ، الذي يلبي إحتياجاتها من الموارد البشرية المؤقتة بسرعة وفي كل وقت . وتعتبر هذه القوى العاملة بمثابة بديل عن القوى العاملة الدائمة ، فبدلاً من توظيف المنظمات عمالاً دائمين لهذه الأغراض ، تقوم باستئجارهم من هذه الشركات ذات العمل الجوال .

198-Mob-Psycology — سيكولوجية الحشد

يستخدم هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة ، ويشير مفهومه إلى أن رأي الفرد يتأثر برأي المجموعة التي ينتمي إليها نتيجة تفاعله مع آراء الآخرين المنتمين إليها ، وبالتالي فرأي المجموعة يُحدث في العادة تغييراً في رأي الفرد ليتحد مع رأيها ويتشكل عندئذ رأي الجماعة ، وعلى هذا الأساس يتشكل الرأي العام.

199-Modified Retirement — التقاعد المُكيف

إجراء تستخدمه بعض المنظمات والأمريكية منها بشكل خاص ، كحافز معنوي تقدمه للعاملين لديها الذين قاربوا بلوغ سن الإحالة على التقاعد . بموجبه تخفض عدد ساعات عملهم اليومية المقررة عليهم ، والغاية من ذلك هي : مراعاة عمرهم وعدم تحميلهم مشاق العمل ، ولكي يتكيفوا نفسياً مع الفراغ الذي سينشأ لديهم بعد تقاعدهم عن العمل .

200-Moduler Boom-Product Structure — تركيبة المُنتج الفنية المعيارية

التركيبة الفنية بوجه عام هي المواد والأجزاء التي تدخل في تصنيع السلعة وفق تصميمها الهندسي ، وبالتالي فهناك تركيبة فنية خاصة بكل منتج على حده ، وبما أن العديد من الشركات الصناعية تنتج عدة أنواع من المنتجات ، إذاً سيكون لديها عدة تراكيب فنية . فإذا كان لدى شركة ما عشرة منتجات مثلاً وكل منتج منها يدخل في تركيبته الفنية /20/ نوع من المواد والمستلزمات ، في هذه الحالة ستحتاج إلى /200/ صنف من المستلزمات الصناعية . ولتخطي هذه المشكلة قام مهندسو التصميم الهندسي بتنميط (توحيد) عدد من الأجزاء والمواد ، بحيث تكون مشتركة أو تدخل في تصنيع أكبر عدد ممكن من المنتجات .كما قاموا بتنميط الآلات ، بحيث تؤدي الآلة الواحدة أكثر من عملية إنتاجية ، أي لأكبر عدد من المنتجات . في هذه الحالة نجد أن عدد المستلزمات سيقل وكذلك عدد الآلات ، مما يسهل العمل الإنتاجي، ويقلل من تكلفة الإنتاج عموماً ، والشراء والتخزين خاصة .

201-Moduler of Production — مَعْيَرة الإنتاج

تصميم وصنع قطع ذات أبعاد قياسية منسقة ، بحيث يمكن تجميعها مع بعضها في أكبر عدد ممكن من طرق الإنتاج من أجل إنتاج تشكيلة منتجات منها .

202-Money at Call — نقود تحت الطلب

هي السيولة النقدية التي تمتلكها المنشأة والجاهزة لديها لعملية الصرف ، حيث تكون موجودة إما في خزينتها أو في حسابها المصرفي .

203-Money Capital — رأس المال النقدي

هو النقدية غير المستثمرة في أي نوع من أنواع الأصول الرأسمالية المنتجة في المنشأة ، أي أنها غير موضوعة في الإنفاق الإستثماري .

204-Money Changing Office — مكتب صرافة

مؤسسة مالية (قد تكون صغيرة أو كبيرة) يقتصر دورها على بيع وشراء العملات الأجنبية فقط ، ولا تمارس أي نوع آخر من أنواع الأعمال المصرفية .

205-Money Market — سوق النقد

هو السوق المالي الذي يتعامل بالأوراق المالية ذات الأجل القصير، مثل أذونات الخزينة ، والأوراق التجارية .

206-Monopolistic Competition — المنافسة الإحتكارية

يقصد بها تمركز عرض سلعة أو خدمة في سوق معين في عدد من المنتجين أو البائعين بحيث تكون المنافسة محصورة بينهم فقط .

207-Monopoly الإحتكار

يُقصد به إنفراد منظمة واحدة بإنتاج سلعة (أوخدمة) تقدمها لسوق معين دون وجود منافس لها . هـذه الحالة نادرة الوجود في عصرنا اليوم ، بسبب كثرة عدد المنتجين . ويمكن أن يحدث الإحتكار في حالة إنفراد منظمة ما باختراع معين لم يتوصل إليه أحد ، أو قيام الدولة ومن خلال القانون بإنتاج سلعة (خدمة) معينة ومنع أي منظمة من إنتاجها ، ومنع إستيرادها من الخارج .

208- Monopoly of Purchasing إحتكار الشراء

إنفراد منشأة ، أو تاجر ، أو مشتري بشراء كامل الكمية المعروضة .

209-Moonlighting الجمع بين عملين أو وظيفتين

مصطلح عامي يستخدم لوصف العامل أوالموظف الذي يمارس أو يزاول عملين في أوقات مختلفة من اليوم أوالأسبوع لزيادة دخله .

210-Moor's Law قانون مور

وضع هذا القانون رجل يدعى بـ Jordon Moor ويتعلق بتطوير تقنية الحاسب الآلي في معالجة المعلومات ، وهو من إخترع شرائح الحاسب الآلي Computer Chips التي تزرع في جسم الإنسان،كالتي تزرع في الصدر لتنظيم ضربات القلب . فقد إكتشف مور أن كفاءة الحاسب الآلي تزداد منذ السبعينات وحتى الآن بمعدل يتضاعف سنوياً بنسبة مركبة أي بمعدل مليون مرة في كل عشرين عاماً ، وأنه لا توجد مؤشرات لنهاية هذا التطور والنمو .

211-Mooving Average Method أسلوب المتوسط المتحرك

هو أحد الأساليب المستخدمة في مجال التنبؤ بحجم المبيعات ، ويقوم على أساس حساب متوسط المبيعات لعدد من السنوات الماضية وهذا المتوسط ليس بثابت بل متغير من سنة لأخرى ، وفق ماهو موضح في المثال التالي :

إذا كان لدينا المعلومات التالية عن حجم المبيعات الفعلية في السنوات الأربع التالية :

2008	1000	وحدة
2009	1200	وحدة
2010	1250	وحدة
2011	1550	وحدة

فيكون المتوسط المتحرك الذي يحدد حجم المبيعات المتوقع للسنوات القادمة على النحو التالي :

السنة	رقم المبيعات الفعلي المتوقع	المتوسط المتحرك لرقم المبيعات المتوقع
2012	1250	1250 = 4÷(1550+1250+1200+1000)
2013	1312	1312 = 4÷(1250+1550+1250+1200)
2014	1341	1341 = 4÷(1312+1250+1550+1250)
2015	1364	1364 = 4÷(1341+1312+1250+1550)

212-Mooving Freely Among People Government — إلتحام القيادة الحكومية بالجماهير

يستخدم هذا المصطلح في مجال الإدارة العامة ويشير إلى : أن يكون قلب ونبض القيادة الحكومية مع آراء وأفكار الجماهير وإنتقاداقم ، بحيث يكون الجمهور عين القيادة التي ترى بها ، وأذناها اللتان تسمع بهما ، فالإلتحام الجماهيري دون وسطاء بينها وبينهم ، يجعلها على بينة وعلم بكل مايدور بخلد وعقل الجماهير تجاه السياسة الحكومية ، ومنظمات الجهاز الحكومي المنفذة لها، والمتعاملة مع فئات الجمهور المختلفة .

213-Morale Incentives — الحوافز المعنوية

يقصد بالحوافز المعنوية ، تلك التي لا تعتمد على المال في إثارة وتحفيز العاملين على العمل ، بل تعتمد على وسائل معنوية أساسها إحترام العنصر البشري الذي له أحاسيس ، وآمال ، وتطلعات إجتماعية ، يسعى إلى تحقيقها ، من خلال عمله في المنظمة ويجب إحترامها ، ومن أمثلة الحوافز المعنوية : المشاركة في صنع القرارات ، الثناءات ، تقدير الجهود ، المعاملة الإنسانية الحسنة ...الخ .

214-Morale Spirit — الروح المعنوية

هي المشاعر والأحاسيس التي تحكم وتوجه أداء وسلوك وتصرفات الفرد في مكان العمل ، وبالتالي فهي شيء غير ملموس موجود داخل جميع بني البشر، أي لا يمكن إفتعاله أو خلقه لديهم ، لأنه مخلوق معهم ويلازمهم طوال حياقم ، أي موجود لديهم في كل الأوقات . والروح المعنوية لها مستويات تتدرج من مستوى أدنى إلى مستوى أعلى يجب العمل على رفع مستواها ، وهي شديدة الحساسية لأن مكوناقما هي المشاعر والأحاسيس والعواطف ، لذلك يجب الحرص في التعامل معها ، وهذا التعامل يجب أن يكون مدروساً ووفق الأسس والمبادئ العلمية . إذاً الروح المعنوية هي إستعداد وجداني إما أن يكون إيجابياً (روح معنوية عالية) أو سلبياً (روح معنوية منخفضة) ، فعندما تكون الروح المعنوية مرتفعة معنى ذلك أن لدى العاملين إستعداد للعمل بفاعلية ، ولديهم حب للعمل ، وإنتماء وولاء للمنظمة ، ومستعدون للتفاعل والتعاون مع الآخرين . أما إذا كانت الروح المعنوية منخفضة فستكون النتائج عكس ذلك .

215-Mortgage Loan **القرض الرهني**

هو ملكية (عقار) مرهونة لصالح المصرف أو المقترض لضمان سداد القرض أو الدين .

216-Most Likely Time Estimate **تقدير الزمن الأغلب إحتمالاً**

مصطلح يستخدم في مجال أسلوب متابعة وتقييم المشروعات (PERT) الذي هو أحد الأساليب الكمية في مجال صنع القرارات . ويشير إلى الزمن المتوقع أن ينتهي فيه العمل في جميع النشاطات التي يتكون منها المشروع في ظل ظروف طبيعية ، أي إحتمال الحدوث عادية ، وبالتالي يرافقه درجة جيدة من الإطمئنان ، فالتقدير بموجبه لا يكون متفائلاً ولا متشائماً جداً ، بل عادي .

217-Motion Economy **إقتصاد الحركة**

مجموعة مبادئ يؤدي تطبيقها إلى إنجاز العمل بشكل أسهل وأكثر فاعلية وأقل تكلفة مثل :

- تصميم الحركات بشكل لا تستغرق وقتاً ويكون أداءها سهلاً .
- عدم تغيير الحركات بشكل حاد .
- جعل أداء الحركات نمطياً متكرراً .

218-Multilated Bank Notes **أوراق النقد البالية والتالفة**

هي أوراق النقد التي تلفت أو إهترأت بسبب كثرة تداولها ، بحيث لم تعد صالحة للتداول . وتقوم المصارف عادة بفرزها وتقديمها للمصرف المركزي ، من أجل إستبدالها بأوراق جديدة .

219-Multinational Company **شركة متعددة الجنسيات**

شركة عملاقة لها عدة فروع في دول مختلفة ، كل فرع هو شركة ذات إستقلال مالي وإداري ، وتعمل وفق القوانين والتشريعات الحكومية السائدة في البلد الذي تعمل فيه . وتعمل هذه الفروع أو الشركات تحت المظلة والإشراف العام للشركة الأم ، التي تمنحها درجة كبيرة من لامركزية الأداء والسلطة .

220- Multiple Hardles Employees Selection Approach **مدخل الحواجز المتعددة في إختيار العاملين**

أحد المداخل المستخدمة في مجال تصميم عملية إختيار الموارد البشرية من أجل التعيين أوالتوظيف في المنظمات أو لأداء مهمة معينة . بموجبه تصمم عملية الإنتقاء على شكل مراحل أو إختبارات تدعى بالحواجز ، التي يتوجب على المتقدم لطلب العمل إجتيازها جميعها بنجاح ، فاجتيازه للمرحلة أو الحاجز الواحد شرط أساسي لدخوله المرحلة التالية ، وبالتالي فهو تصريح له لدخوله فيها وإستمراره في إجتياز باقي المراحل . وتصمم كل مرحلة عادة من أجل الكشف عن مدى توفر خاصية أو صفة أساسية مطلوب توفرها في المتقدم ولا غنى عنها . وعليه ففشله في إجتياز المرحلة أو الحاجز يعني إفتقاره للخاصية ، وهذا

يعرضه للإستبعاد من عملية الإختيار ، فالمتقدم الذي يُقبل للتعيين هو الذي تتوفر لديه جميع الخصائص الأساسية المطلوبة .

221-Multiple Management Training Method — أسلوب الإدارة المتعددة التدريبي

يستخدم هذا الأسلوب في تدريب وتنمية رجال الإدارة فقط ، بموجبه يشارك الرؤساء في المستوى الإداري الأدنى المستوى الإداري الأعلى في تخطيط وإدارة شؤون العمل وصنع القرارات بعد المناقشة والتشاور الجماعي ، فمن خلال ذلك يكتسب المستوى الأدنى الخبرة والمهارة من المستوى الأعلى . إذاً يمكن القول بأن هذا الأسلوب هو من أساليب التدريب أثناء العمل، وأسلوب عملي تطبيقي .

222-Multiple Store — متجر متعدد الفروع

مؤسسة تجارية للبيع بالمفرق تمتلك عدة فروع منفصلة في عدة مناطق جغرافية ، تقوم ببيع نفس السلع ، وتعمل تحت مظلة إدارة وإشراف واحدة .

223-Multi – Site Work — العمل في مواقع متعددة

نوع من القوى العاملة غير المتفرغة تعمل في أكثر من مكان عمل واحد ، لكن معظم وقت عملها تقضيه لدى شركة (زبون) معينة ، وما تبقى من وقتها تعمل في أماكن عمل أخرى . فعندما تحتاج إليها الشركة (أو الزبون الرئيس) تتصل بها لتمارس لديها أعمالاً معينة لمدة محددة . وتنظر المنظمات إلى هذه النوعية من القوى العاملة على أنها أحد مصادر الموارد البشرية التي يمكن الإعتماد عليها في الأعمال الموسمية أو في أعمال عارضة معينة .

224-Multiskill-Based Structure Pay — هيكل الرواتب والأجور على أساس تعدد المهارات

أحد طرق دفع الرواتب والأجور ، بموجبه يُعد جدول بالوظائف الموجودة في المنظمة ، و يُحدد بجانب كل منها المهارة أو المهارات التي تحتاجها كل منها لأداء مهامها وتحمل مسؤولياتها بفاعلية ، ويجري تحديد أجر كل مهارة ، وبالتالي يتحدد راتب الوظيفة بعدد المهارات التي تحتاجها وقيمها . فعلى سبيل المثال وظيفة سكرتير تنفيذي تحتاج للمهارات التالية :

- شهادة معهد متوسط سكرتارية . 5000 وحدة نقدية .
- مهارة إستخدام الحاسوب . 2000 وحدة نقدية .
- تخطيط وتنظيم العمل . 2000 وحدة نقدية .
- فن التعامل مع الآخرين . 3000 وحدة نقدية .

الراتب = 12000 وحدة نقدية .

225-Multi-Sources Feedback of Performance Appraisal — تعددية مصادر التغذية العكسية في تقييم الأداء

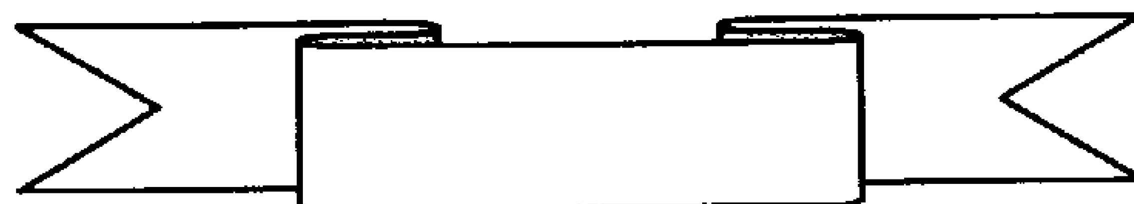
يقصد بالتغذية العكسية ، نتائج تقييم أداء العاملين التي تطلعهم على مستوى كفاءتهم في العمل ، فهناك إتفاق على أن يقوم المشرف المباشر بعملية تقييم الأداء وتوفير التغذية العكسية ، وذلك بسبب إحتكاكه اليومي المستمر مع مرؤوسيه ، حيث تكون لديه معلومات كافية عنهم تمكنه من تقييمهم . ومن أجل ضمان الموضوعية والدقة في تقييمه ، ولإيجاد القناعة لدى مرؤوسيه بنتيجة تقييمه لهم ، ظهر إتجاه تعددية مصادر التغذية العكسية الذي مفاده ما يلي : أنه بالإضافة لتقييم المشرف وهو الأساس في عملية التقييم ، يطلب من زميل أو نظير المرؤوس في العمل الخاضع للتقييم أن يقيمه ، وكذلك يطلب من المرؤوس نفسه أن يقيم ذاته ، فمن خلال تعددية التقييم ومصادر نتائجه ، يمكن إيجاد حافز لدى المشرف لأن يتوخى العدالة والموضوعية في تقييمه ، ذلك لوجود مصادر أخرى للتقييم والتغذية العكسية للنتائج ، هذا إلى جانب شعور المرؤوس بالطمأنينة حول نتيجة تقييمه ، لأن جميع المصادر المحيطة بعمله قد إشتركت في تقييمه .

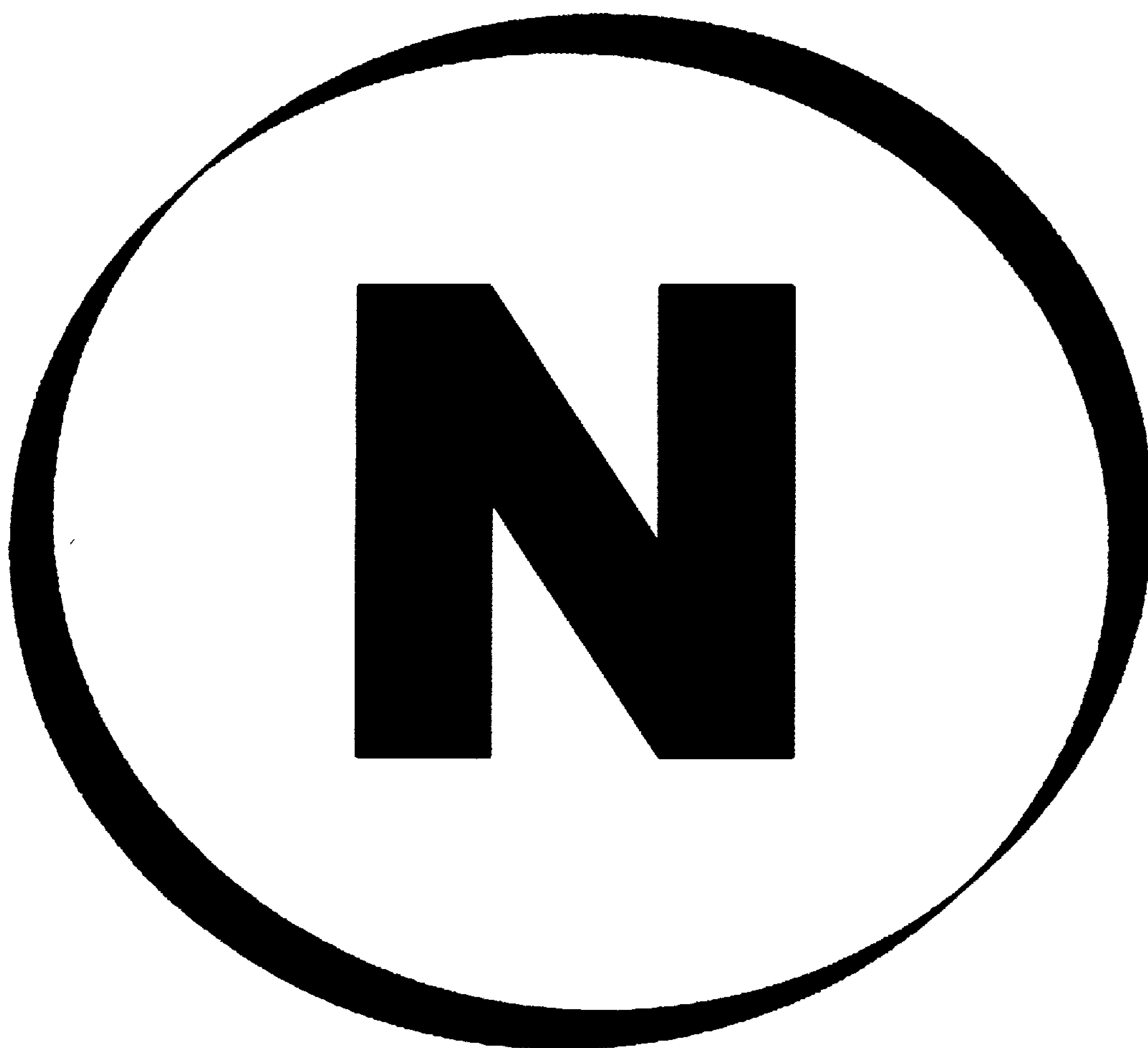
226-Municipal Bonds — السندات المحلية

توجد هذه السندات في الدول التي لديها حكم محلي ، حيث تقوم حكومة الولاية بإصدارها ، وهي تماثل سندات الخزينة وسندات الشركات الخاصة ، باستثناء أن دخل الفائدة منها لحامليها معفية من ضرائب الحكومة المركزية .

227-Mutual Marketing — التسويق المشترك

ويسميه بعضهم بالتسويق المتعاون ، ويحدث هذا التسويق عندما يعلن مشتري عن حاجته لشراء سلعة (أو خدمة) ويتقدم لبيعه هذه السلعة عدد من البائعين الذين يتصلوا به ليلبوا له حاجته . في هذه الحالة نجد أن المشتري قام بتسويق حاجته لعدد من المنتجين والبائعين وساعدهم في تحديد مواصفات هذه الحاجة ، وفي النهاية يقوم المشتري باختيار العرض الأفضل .




N

1-Narrative Job Analysis Technique **أسلوب تحليل العمل السردي(القصصي)**

أسلوب صحفي نظري يقوم بموجبه محلل ذي خبرة وتخصص ولديه معلومات وإلمام كبير وعميق بطبيعة عدد من الوظائف ، بسرد (وصف)كتابي لمهام ومسؤوليات ومخاطر هذه الوظائف ومتطلبات أدائها من حيث المهارات ، والقدرات ، والمؤهلات العلمية لدى من سيشغلها . يتصف هذا الأسلوب بسهولته وبساطته وقلة تكاليفه .

2- National Foundation for Teaching Entrepreneurship **المؤسسة الوطنية لتعليم المشاريع الصغيرة**

مؤسسة موجودة في الولايات الأمريكية أسست عام 1987 ، مهمتها تخريج أشخاص مختصين في مجال الإستثمار والإدارة في المشاريع الصغيرة ، حيث خرجت عام 2006 120.000 شخص . وهذه المؤسسة غير ربحية هدفها نشر الوعي العلمي والعملي في مجال إدارة المشاريع الصغيرة ، ومساعدة الخريجين على تأسيس وإدارة مشاريع صغيرة ناجحة خاصة بهم .

3- National Institute of Industrial Psychology **معهد علم النفس الوطني**

معهد في الولايات المتحدة الأمريكية أسس سنة 1921 ويهتم بدراسة الناس وسلوكاتهم أثناء العمل بشكل علمي وتجريبي ، ويقوم بنشر أبحاثه ، ويصدر مجلة ربع سنوية تدعى مجلة علم النفس المهني .

4-Natural Wastage of Manpower **النقص الطبيعي في اليد العاملة**

تناقص في عدد الأيدي العاملة في المنظمة بسبب التقاعد ، أوالوفاة ، أوالإستقالة .

5-Naturalist School of Management **المدرسة الطبيعية في الإدارة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Behavioral Theory of Management

النظرية السلوكية في الإدارة

6-Near Money **أشباه النقود**

هي كافة الأصول المادية التي يمكن تحويلها إلى نقدية جاهزة سائلة خلال /48/ ساعة ، أو تحويلها وبسرعة إلى نقدية في حسابات لدى المصارف .

7-Necessity Degree Method **أسلوب درجة الضرورة**

هي إحدى الطرق المستخدمة في مجال تقييم بدائل الإنفاق الإستثماري ، وتقوم على أساس مدى إلحاح الحاجة أو الإستعجال ، ويقصد بذلك المدى الذي لا يمكن بعده تأجيل الإقتراح أو البديل الإستثماري أكثر من ذلك . وطبقاً لذلك أو لهذه الطريقة ، يتم تقييم إقتراحات الإنفاق الرأسمالي على أساس تقدير

درجة الضرورة اللازمة لتنفيذ كل إقتراح . فإذا أصبح خط الإنتاج مثلاً قديماً وتكلفة صيانته مرتفعة ، وإنتاجه لم يعد مقبولاً من حيث جودته في السوق ، فإن الضرورة تقتضي تغييرآلات الخط الإنتاجي وإستبدالها بآلات حديثة ، هذه ضرورة ملحة تعطي هذا البديل (تغيير الآلات) الأفضلية عن باقي المقترحات ، لضمان إستمرارية عمل المنشأة .

8-Need of Exhibition — **حب الظهور**

إحدى النزعات الإنسانية التي تمثل رغبة الإنسان في جذب إنتباه الآخرين وإهتمامهم إليه ، فيلجأ إلى سلوكات وأفعال تحقق ذلك له .

9- Need of Superiority — **حب (الحاجة إلى) التفوق**

إحدى النزعات الإنسانية التي تدفع الإنسان وتخلق لديه الرغبة للقيام بأفعال وسلوكات تحقق له التفوق على الآخرين ، وبشكل تحقق له التميز عنهم ، ويبذل الجهد الكبير في سبيل ذلك .

10-Need- Shaping Marketing — **التسويق القائم على تشكيل الحاجة**

ويطلق عليه صفة التسويق المعاصر، وهو الذي يدرس حاجات ورغبات المستهلك الحالية وأنماط سلوكه الإستهلاكي ، في محاولة لخلق حاجة لديه لا يدركها بنفسه ، وذلك من أجل تقديم سلعة أو خدمة لتلبيتها. إذاً يسعى هذا التسويق إلى جعل المستهلك يدرك بأن لديه حاجة تحتاج إلى إشباع ، لينتج له سلعة أو خدمة مناسبة لإشباعها .

11-Need to Achievement — **الحاجة للإنجاز**

إحدى الحاجات الإنسانية التي يسعى الفرد لإشباعها لكن بشكل متفاوت من شخص لآخر ، وهي تعبر عن المدى الذي يصرف الفرد ضمن حدوده وقته في التفكير ، وبذل الجهد من أجل تنفيذ عمله بشكل أفضل ، وكيفية قيامه بإنجاز شيء غير عادي أو هام ، وكيف يتقدم في مسار حياته العامة والوظيفية . إن الأفراد الذين لديهم الحاجة للإنجاز يبحثون عن المسؤولية ، ويضعون لأنفسهم أهدافاً كبيرة وهامة ، ويحسبون المخاطر ، ويرغبون في الحصول على عائد مقابل ما أنجزوه .

12-Need to Affiliation — **الحاجة للإنتماء**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Need to Belong

الحاجة للإنتماء

13-Need to Acquisition — **الحاجة إلى التملك**

ويسميها بعضهم بالحاجة إلى الإستحواذ وهي حاجة فطرية لدى الإنسان تساعده على البقاء، وتدفعه إلى الحصول على الممتلكات والأشياء ، وزيادة إلحاحها لدى بعضهم قد تدفعهم لإرتكاب سلوكات سلبية، وزيادة درجة إلحاح هذه الحاجة تعبر عن إفراط في الأنانية .

14-Need to Autonomy **الحاجة إلى الإستقلالية**

إحدى الحاجات الإنسانية الفطرية ، فالإنسان بطبيعته يحب الحرية وأن يتحكم بمصير ذاته ، ولا يحب أن يتحكم به الآخرون ، ويريد أن يكون له كيانه الخاص ، ولا يريد أن يتدخل الآخرون بشؤونه الخاصة التي تمثل إستقلاليته .

15-Need to Belong **الحاجة للإنتماء**

إحدى الحاجات الإنسانية المعنوية الفطرية التي يسعى الإنسان لإشباعها . فالإنسان بطبيعته يريد أن يكون مقبولاً ومنتمياً لجماعة ، ولأسرة ، وعشيرة ...الخ .فالإنتماء يشعره بالأمان والطمأنينة بأن هناك من يقف بجانبه ويسانده عندما يصادف مشكلة . لذلك تراه يقوم بأفعال ويسلك سلوكات ترضي الآخرين وتوطد علاقاتهم معهم .

16-Need to Defense **الحاجة إلى الدفاع**

تمثل إحدى الحاجات الإنسانية الفطرية ، حيث يسعى إلى الدفاع عن كل شيء يخصه مثل : ممتلكاته ، آرائه ، إتجاهاته ، دينه ...الخ ، وقد يعرض حياته للخطر في سبيل ذلك .

17-Need to Esteem **الحاجة لتقدير وإحترام الذات**

يشمل هذا النوع من الحاجات الإنسانية على مجموعة من الحاجات الفرعية التي يؤدي إشباعها إلى شعور الإنسان بأهميته وقيمته ، ومن هذه الحاجات : المكانة ، تقدير الآخرين لإنجازات الفرد ، الإمتنان ....الخ .

18-Need to Power **الحاجة للقوة**

ويسميها بعضهم الحاجة للنفوذ وتعبر عن المدى الذي ضمنه يصرف الفرد وقته في التفكير وبذل الجهد من أجل الحصول على السلطة والسيطرة على الآخرين . إن الأفراد الذين لديهم مثل هذه الحاجة يكون لديهم في العادة حب التحكم بالآخرين ، ويكونوا ميالين لأن يصبحوا ديكتاتوريون ، ويعتبرون السيطرة هي وسيلة للنجاح . مثل هؤلاء لا يهمهم حسن العلاقة مع الآخرين ، ولا يهمهم رضاهم .

19-Need to Relatedness **الحاجة للإنتماء**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Need to Belong

الحاجة للإنتماء

20-Need to Safety and Security — الحاجة للأمان والسلامة

تمثل هذه الحاجة إندفاع الإنسان للعمل والتصرف للحصول على أشياء مادية تساعده على حماية نفسه من مخاطر البيئة التي يمكن تصنيفها في ما يلي :

- الأمراض للمحافظة على صحته وبقائه معافى قادر على العمل .
- الحوادث والإصابات وغيرها للمحافظة على سلامته .
- المخاطر التي تهدد مصدر رزقه وعيشه .

21-Need to Self Actualization — الحاجة لتحقيق وإثبات الذات

وتمثل الرسالة التي يسعى الإنسان إلى تحقيقها في حياته ، كأن يكون طبيباً ورب أسرة ، أو مدير شركة ...الخ ، وهذه الحاجة أو الرسالة لا يأتي تحقيقها أو إشباعها بفترة قصيرة من الزمن ، بل بعد مضي فترة طويلة ، وقد يموت الإنسان ولا يتمكن من إشباعها أو تحقيقها ، فتحقيق الذات يمثل طموح الإنسان المستقبلي الطويل الأجل ، ولا يشبع الإمن خلال إشباع العديد من الحاجات الأخرى ، والأعمال الكثيرة

22-Negative Control — رقابة سلبية

إحدى أنواع الرقابة التي تسعى إلى تحديد وكشف الإنحرافات السلبية بعد وقوعها ، ومعرفة الأسباب التي أدت إليها ، للعمل على علاجها ، وعدم الوقوع فيها ثانية دون أن تقترح سبل العلاج .

23-Negative Cost — تكلفة سلبية

ويقصد بها النفقات التي تصرفها المنظمة ولا يتحقق من ورائها عائداً أو قيمة مضافة ، وأيضاً النفقات التي تتحملها المنظمة نتيجة الهدر والإسراف في إستخدام الموارد وعلى إختلاف أنواعها .

24-Negative Covenants of Loan — تعهدات القرض السلبية

هي التي يطلبها المصرف من المقترض الذي يريد الحصول على قرض منه ، وهدفها منع المقترض من القيام بأعمال معينة دون الحصول على موافقة المصرف ، مثل أن يسعى المقترض للحصول على قروض جديدة من مصارف أخرى ، أو شراء أصول ثابتة جديدة ، أو بيع أصول ، أو العمل على توزيع أرباح على الشركاء تتجاوز الحدود الطبيعية وغيرها .

25-Negative Interest Price — سعر الفائدة السالب

يتشكل سعر الفائدة السالب في حالة تجاوز معدل التضخم معدل الفائدة الممنوح على الإيداعات في المصارف .

26-Negativism — السلبية

إحدى مظاهر عدم الرضى الوظيفي لدى العاملين ، وتأخذ أشكالاً متعددة مثل : عدم الإهتمام بسمعة المنظمة ، عدم الإهتمام بممتلكاتها ، عدم الإهتمام فيما إذا حققت أرباحاً أم لا وغير ذلك . والسلبية تؤدي إلى ضعف الإلتزام والإنتماء للمنظمة من قبل العاملين لديها .

27-Negotiated Price سعر التفاوض

هو السعر الذي يجري تحديده من خلال التفاوض بين البائع والمشتري ، حيث يضع كل منهما إعتبارات معينة تجعله يحدد رقم معين يتفاوض عليه مع الآخر .

28-Negotionable Pricing التسعير التفاوضي

ويسميه بعضهم بالتسعير المتغير (Variable) ويمثل السعر الذي يحدده المستهلك أو المشتري للسلعة أو الخدمة قبل شرائها ، حيث يقوم بمقارنة سعرها لدى عدة منتجين أو بائعين ، ليختار السعر الأنسب له في ضوء عدة إعتبارات خاصة به أهمها :

- المنفعة التي سيحصل عليها .
- قوته الشرائية .
- مدى الحاجة .
- مستوى الجودة .
- الخدمة بعد البيع .

29-Negotiation Process عملية التفاوض

مجموعة من المراحل التي يمر فيها التفاوض من بدايته وحتى نهايته وتشتمل على :

- مرحلة التحضير للتفاوض : وتركز على جمع المعلومات اللازمة للتفاوض وخاصة عن الطرف الآخر الذي ستجري مفاوضته ، وتحديد أولويات التفاوض معه كالسعر ، الوقت ، الجودة ، الكمية..الخ . ويتوجب تحديد الرغبات والحاجات ، فالرغبة ليست ملحة أما الحاجة فهي ملحة وبالتالي تحتاج إلى مرونة في التفاوض . كذلك يتوجب تحديد نقاط قوة وضعف الطرف الذي سيتم التفاوض معه .
- مرحلة وضع المقترحات : ويتم وضعها في ضوء المعلومات التي تم جمعها في المرحلة السابقة وهي التحضير . وهنا يجب صياغة المقترحات بشكل واضح ومفهوم ، ويتوجب إعطاء مساحة كافية للمناورة عند المناقشة .
- مرحلة المناقشة : وهي التي يتم فيها الحوار مع الطرف الآخر ومناقشة المقترحات والإصغاء لما يبديه من مقترحات أيضاً .

- مرحلة المساومة : وفيها يتم مساومة الطرف الآخر للوصول إلى إتفاق نهائي .
- مرحلة الإنتهاء : وفيها يجري صياغة الاتفاق كتابياً والتوقيع عليه من قبل الطرفين ، مع الإشارة إلى أنه قد تنتهي عملية التفاوض إلى عدم الإتفاق وفشل التفاوض .

30-Negotiation Skill **مهارة التفاوض**

تعبر عن مقدرة المفاوض على فهم المطلوب من موقف التفاوض ، وماذا يحفز الآخرين في هذا الموقف ، وما هي الإحتمالات التي تحفزهم على قبول الشيء الذي يجري التفاوض عليه ، للحصول على أكبر منفعة من هذا الموقف . وهذه المهارة تعتمد على مهارة الإتصال الشفهي التي تتكون من مهارتين فرعيتين هما الإصغاء والتحدث .

31-Negtiable Order of Withdrawal **حساب طلب السحب المتداول (المُظَهَّر)**

حساب مصرفي جاري يتيح لفاتحه فرصة سحب شيكات عليه ، بالإضافة إلى ميزة حصوله على فائدة عن الأموال المودعة فيه . ويطلب المصرف في ظل هذا النوع من الحسابات الجارية، الإحتفاظ بحد أدنى من الرصيد مجمداً لديه لا يجوز تجاوزه في عمليات السحب من قبل فاتح الحساب .

32-Nepotism **محاباة**

إحدى الأخطاء الشائعة التي يقع فيها الرؤساء عند تقييم أداء مرؤوسهم ، وتعتبر دلالة على عدم موضوعية عملية التقييم . ومفادها أن المقيم يعطي تقدير كفاءة لمرؤوسه وهو لا يستحقه ، حيث يستحق أقل منه . وتحدث المحاباة بسبب وجود قرابة بينهما ، أوصداقة ، أومصلحة خاصة .. الخ .

33-Net Income **الدخل الصافي**

ويتم حسابه عن طريق : إجمالي بنود الإيرادات – إجمالي بنود النفقات .

34-Net Interest Income **دخل الفائدة الصافي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Interest Margin

هامش الفائدة

35-Net Present Value Method **طريقة صافي القيمة الحالية**

هي إحدى الطرق المستخدمة في مجال تقييم بدائل الإستثمار وتقوم على فكرة أساسية مفادها ما يلي: صافي القيمة الحالية هي الفرق بين القيمة الحالية للمكاسب النقدية المتوقعة من البديل الإستثماري ، والقيمة الحالية لرأس المال اللازم للإستثمار . فإذا كان الفارق إيجابياً أي أن القيمة الحالية للمكاسب المتوقعة أكبر ، فإن البديل مقبول إستثمارياً ، والعكس من ذلك صحيح .

36-Net Purchases — **صافي المشتريات**

هي إجمالي المشتريات مطروح منها الخصومات التي يمنحها البائع ومردودات المشتريات التي يتم إرجاعها إليه : إجمالي المشتريات – (مسموحات المشتريات + مردودات المشتريات)

37-Net Sales — **صافي المبيعات**

مجموع الأموال المستلمة فعلاً من الزبائن أو المشترين بعد إستبعاد مجموع الخصومات الممنوحة لهم ، وقيمة البضائع المردودة من قبلهم .

صافي المبيعات = إجمالي المبيعات – (مسموحات المبيعات + مردودات المبيعات)

38-Net Tonnage — **صافي وزن الشحنة**

يمثل الصافي هنا وزن البضاعة المشحونة الإجمالي ناقصاً منه وزن العبوات ومواد اللف والحزم .

39-Network — **شبكة الأعمال الحاسوبية**

مصطلح يطلق على مجموعة من الحواسيب المتصلة بعضها بعضاً بحيث تتولى نقل المعلومات في ما بينها من جهة ، وبينها وبين الملحقات المتصلة بها من جهة أخرى ، مما يسمح بمشاركة المعلومات .

40-Network and Critical Path Method — **شبكات الأعمال والمسار الحرج**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

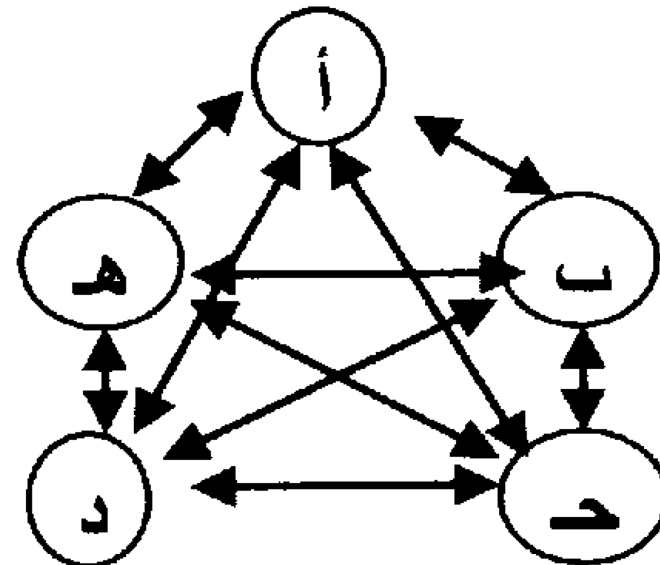
Critical Path Method (CPM)

41-Network Career Path — **مسار الخدمة (المستقبل) الوظيفية الشبكي**

يمثل إحتمال حركة إنتقال الموظف العمودية والأفقية بآن واحد في الهيكل التنظيمي خلال حياته الوظيفية في المنظمة التي يعمل فيها ، بمعنى أن المسار لا يحقق فقط الإنتقال لوظيفة واحدة فقط في المستوى الإداري الأعلى ، بل يعمل على نقله إلى عدة وظائف في المستوى الواحد على مدى فترة من الزمن ، وهذا يعني أن بقاءه في المستوى الإداري الأعلى لا يقتصر على وظيفة واحدة فقط وهي التي رقي إليها ، بل يمكن أن ينتقل إلى عدة وظائف في نفس المستوى الواحد ، مما يتيح له بعد فترة زمنية إمكانية الترقية لعدد من الوظائف ، لأنه يكون قد اكتسب عدة مهارات في عمليات التنقل بين الوظائف ، وهذا يعني أن هذا المسار لا يعتمد على التخصص الضيق ، بل يعتمد على التخصص الواسع .

42-Network of Communication — **شبكة الإتصال**

هي القنوات (أشخاص ، وحدات إدارية) التي يمر من خلالها الإتصال الرسمي داخل المنظمة ، سواء أكان الإتصال من مستوى إداري أعلى لأدنى أو العكس ، أو كان أفقياً ، وسواء أكان رئيساً أو مرؤوساً أو باتجاهين أو بإتجاه واحد كما هو موضح في الشكل التالي :



43-Network Organizational Structure — الهيكل التنظيمي الشبكي

ويصفه بعضهم بالهيكل المعاصر الذي ينظر إلى المنظمة على أنها فريق عمل كبير مكون من فرق عمل مدارة ذاتياً ، لديها حرية ومرونة عاليتا المستوى في تنفيذ مهامها . كما ينظر هذا الهيكل للمنظمة على أنها هيكل تنظيمي منبسط وليس عمودياً ، لإتاحة الفرصة لفرق العمل لتتصل ببعضها بسهولة وبدون عوائق ، باستخدام تقانة المعلومات الحاسوبية التي تسمح بهذا الإتصال ، للحصول على المعلومات بكفاءة ويسر . في ظل هذا التفكير تكون الرقابة من على بعد ، ويحتاج تطبيق هذا الهيكل إلى تدريب عالي المستوى للعاملين ، الذين يتوجب توفر عدة مهارات لديهم وليس مهارة واحدة .

44-Net Working Capital — صافي رأس المال العامل

هو ناتج طرح الخصوم المتداولة من الأصول المتداولة ، ويعد مقياساً لدرجة الثقة في مقدرة المنشأة وأصولها المتداولة على الوفاء بالتزاماتها الجارية ، وبالتالي فكلما زادت نسبة الأصول المتداولة على الخصوم المتداولة ، كان ذلك دليلاً واضحاً على مقدرة المنشأة على الوفاء بالتزاماتها الجارية بيسر وسهولة .

45-Neutral Question — سؤال محايد

أحد أنواع الأسئلة التي تستخدم في مجال إجراء المقابلات لجمع المعلومات أوإستقصاء الرأي ، من خلاله يعطي القائم على تنفيذ المقابلة للشخص الذي يقابله الحرية الكاملة في الإجابة عن السؤال الذي يطرحه عليه ، دون تدخل أو إيحاء معين من قبله .

46-New-Comers Employees — الموظفون الجدد

هم الذين جرى تعيينهم حديثاً في المنظمة تحت التجربة والتمرين لفترة معينة من الزمن ، لذلك تكون معرفتهم وإلمامهم في العمل قليلين ، وهم كثيرو الأسئلة والإستفسار ، وغير متوقع منهم الإنتقاد أو الإعتراض .

47-New Idea-Old Product Approach **مدخل السلعة قديمة الفكرة جديدة**

مصطلح شائع في مجال دراسة وإقامة مشاريع الأعمال ، ويقوم على فكرة تسويق سلعة أو خدمة ليست جديدة بل معروفة ، لكن في منطقة جغرافية لا تعرفها من قبل .

48-New-New Approach **مدخل جديد بجديد**

مصطلح يستخدم في مجال تأسيس مشروعات الأعمال ودراسة جدواها الإقتصادية ، فالمشروع المفضل هو : مشروع جديد ، وفكرته جديدة ، والسلعة أوالخدمة التي سيطرحها في السوق جديدة ، وتطرح فيه لأول مرة .

49-New Product Strategy **إستراتيجية المنتج الجديد**

تعمل هذه الإستراتيجية التسويقية وفي ضوء دراسة السوق على تقرير تقديم منتج جديد للمستهلك ، وفي هذا الصدد أمامها الخيارين التاليين :

- طرح منتج جديد غير معروف مسبقاً في السوق .
- تعديل المنتج الحالي بشكل يحمل ميزة تنافسية غير موجودة في المنتجات المنافسة .

50-New Project Cycle **دورة المشروع الجديد**

مصطلح مستخدم في مجال تأسيس المشروعات الإقتصادية الجديدة ، حيث تتكون هذه الدورة من المراحل التالية :

- تحديد فكرة المشروع .
- دراسة جدوى المشروع .
- إعداد المشروع وتهيئته .
- تنفيذ المشروع .
- تقييم أداء المشروع بعد بدء العمل به .

51-New Technology **التكنولوجيا الحديثة**

هي التقنية المعاصرة التي جعلت تنفيذ الأعمال بوجه عام والإنتاج بشكل خاص آلياً ، بحيث يكون تدخل العنصر البشري في حدوده الدنيا ، أي أن الآلة هي التي تنفذ العمل أو المهمة دون وجود جهد بشري ، الذي تقتصر مهمته على الرقابة والإشراف عليها ، وفي ما يلي أهم إنعكاسات هذه التقنية على مشاريع الأعمال على إختلاف أنواعها :

- كمية الإنتاج عالية .
- جودة عالية .

- تكلفة عمل أقل .
- تقليل عدد الوظائف .
- إستغناء عن اليد العاملة النصف ماهرة .
- الإعتماد على الجهد الذهني بدلاً من العضلي .

52-No-Change Strategy **إستراتيجية عدم التغيير**

تعتمد هذه الإستراتيجية على إبقاء وضع نشاط المنظمة وأعمالها على وضعه الحالي ، ودون إحداث تغييرات عليها في المستقبل القريب ، وذلك بعد أن تتأكد من أن البقاء على الوضع الحالي أو الراهن هو الأفضل . وتطبق هذه الإستراتجية عادة في بيئة تتصف متغيراها بطابع الإستقرار .

53-Nominal Classification **التصنيف الإسمي**

هو أحد الطرق المستخدمة في عمليات التصنيف (المخزون ، السجلات ، الأرشيف ..الخ) ، حيث يكون المعيار الأساسي لتصنيف المواد هو الإسم . فعلى سبيل المثال نقول في تصنيف المخزون من فئة الأقلام الجافة ، أنها تشتمل على فئات فرعية هي : قلم جاف أسود ، قلم جاف أحمر، قلم جاف أزرق ، قلم جاف أخضر وهكذا .

54-Nonbank Banks **المصارف غير المصرفية**

مؤسسات مالية (بيوت السمسرة ، ومؤسسات التسليف .. الخ) التي تقوم بممارسة بعض الأعمال المصرفية لكن بمسمى رسمي قانوني آخر غير المصرف .

55-Non-Business Day **يوم لا عمل فيه**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Day –Off

يوم عطلة

56-Noncallable Bonds **سندات غير قابلة للإستدعاء**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، حيث لا يسمح للشركة بموجبها إستدعاء (رد قيمتها) سنداتها من حملتها قبل إنقضاء فترة إستحقاقها المنصوص عليها .

57-Non-Controllable Cost **تكلفة لا يمكن السيطرة عليها**

تمثل بنود التكلفة أو التكاليف التي لا يمكن لإدارة المنظمة التحكم بها أو مراقبتها ، مثل الزمن الذي يضيعه الفرد أثناء أداء عمله ، لأن زمن العمل له تكلفة مدفوعة .

58-Non-Cumulative Quantity Discount **خصم الكمية غير التراكمي**

أنظر المعنى المعاكس في مصطلح :

Cumulative Quantity Discount

خصم الكمية التراكمي

59-Nondirected Interview **مقابلة غير موجهة**

بموجب هذا النوع من المقابلات تحدد لمنفذ المقابلة الموضوعات العامة التي سيسأل فيها فقط ، دون أن يحدد له هيكل ونوعية الأسئلة التي سيطرحها على الفرد الذي تجري مقابلته ، وذلك لتوفير قدر كبير من الحرية والمرونة في طرح الأسئلة التي يريدها ، وأن يتوسع فيها كما يشاء . وتستخدم هذه المقابلة عادة الأسئلة المفتوحة وليست المغلقة ، لتشجيع الفرد الذي تجري مقابلته على التحدث وجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات منه ، مما يمكن من إصدار الحكم أو صنع القرار المناسب المتعلق بموضوع المقابلة التي تنفذ . يحتاج هذا النوع من المقابلات إلى قدر كبير من الخبرة ، وتستغرق وقتاً ليس بالقصير ، ويخضع تقييم المعلومات التي تم جمعها للرأي والحكم الشخصي للمقابل ، مما يصاحبه إحتمال عدم الموضوعية .

60-Nonfinancial Compensation **تعويض غير مالي**

ويمثل الرضى النفسي Psychological والراحة الجسدية الفسيولوجية Physical اللذان يحصل عليهما العاملون من مناخ العمل الإجتماعي والمادي السائدان في المنظمة ، من خلال ممارسة أعمالهم أو وظائفهم فيها .

61-Nonfinancial Rewards **العوائد غير المالية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Nonfinancial Compensation

62-Noninterest Income of the Bank **دخل المصرف من غير الفوائد**

ويسميه بعضهم بدخل المصرف غير التشغيلي ، أو الدخل الذي لا يأخذ شكل الفوائد ، وبالتالي فهو المتحصل من الرسوم التي تتقاضاها المصارف على الخدمات التي تقدمها لعملائها مثل : رسوم خدمات الخزائن الحديدية ، ورسوم الشيكات المصرفية ...الخ .

63-Non-Managerial Skills **مهارات غير إدارية**

مصطلح يطلق على مهارات العاملين الذين لا يشغلون وظائف أو مناصب إدارية سواء في الإدارة العليا أو الوسطى أو المباشرة ، أي الموظفون الكتبة الذين ينفذون أعمالاً مكتبية إجرائية ، وكذلك عمال خطوط الإنتاج والفنيين ، وهؤلاء يمثلون قاعدة الهرم الإداري في أية منظمة .

64-Non Managerial Skills Training — تدريب المهارات غير الإدارية

يشمل هذا التدريب العاملين الذين لا يشغلون مناصب أووظائف إدارية في المستويات الإدارية داخل المنظمة ، فهؤلاء هم منفذو أعمال المنظمة الإنتاجية ، والفنية ، والإجرائية ، وبالتالي فالمهارات التي يراد إكسابها لهم من خلال التدريب ، تختلف عن المهارات التي يراد إكسابها للرؤساء . ومن هذه المهارات مهارة النسخ ، الصيانة ، صياغة المذكرات ، تنظيم المكتب ..الخ .

65-Non Probability Sample — عينة غير إحتمالية

عينة إحصائية تستخدم في مجال بحوث التسويق ومجالات أخرى ، يكون إحتمال ظهور أية مفردة من المجتمع الإحصائي فيها غير معروف .

66-Non-Productive Technology — التكنولوجيا اللا إنتاجية

هي التقنية التي لا تستخدم في مجال إنتاج الآلات والمعدات كالتكنولوجيا الصناعية والزراعية على سبيل المثال ، وبالتالي فهي لا تقدم إنتاجاً ملموساً ، لكنها تُستخدم من أجل تسهيل حياة الإنسان وتوفير الراحة له كتكنولوجيا الإتصالات مثلاً .

67-Non-Profit Marketing — التسويق غير الربحي

هو التسويق الذي يهدف إلى تغيير سلوك العامة للأفضل ، وتمارسه المنظمات غير الربحية في تسويق نشاطها وخدماتها وتحقيق أهدافها. ويمارس هذا التسويق في المنظمات الخيرية والطوعية والدينية والإتحادات المهنية وماشابهها ، وعلى مستوى البلد الواحد أو على المستوى العالمي كالمنظمات الدولية . ويتصف التسويق غير الربحي بمواصفات متعددة أهمها :

- هدفه ليس تحقيق الربح ، حيث يسعى لتقديم خدمة لأبناء المجتمع من دون مقابل .
- يركز على القضايا الجدلية (الخلافية) فجمعية مكافحة التدخين تبذل جهوداً لإقناع الناس بعدم التدخين .
- لا يخضع نشاطه للضريبة الحكومية فإعلاناته مثلاً لا تخضع للضريبة .
- يعتمد على مبادىء التسويق التجاري في ما يتعلق بتحديد المزيج التسويقي ومكوناته .

68-Non-profit Organization — منظمة غير ربحية

يهدف هذا النوع من المنظمات إلى تقديم خدمات ذات منفعة ورفاهية للمجتمع دون مقابل ، كالجمعيات الخيرية ، وحماية البيئة...الخ . ويأتي تمويلها المالي من المواطنين كهبات وهدايا وتبرعات ، ويكون لها عادة مجلس إدارة يخطط ويرسم أعمالها التي لا تخضع لضريبة حكومية .

69-Non - Programed Decision — قرارات غير مبرمجة

هي التي تعالج مواقف وموضوعات غير متكررة أو غير روتينية وهي ذات أبعاد متعددة ، وتحتاج إلى جمع معلومات لتوضيح الرؤية أو الصورة ، ووضع بدائل للمفاضلة بينها لاختيار أنسبها ، في ضوء معطيات البيئة المحيطة ، وبالتالي تتطلب هذه القرارات وقتاً وجهداً وتفكيراً وتشاوراً قبل صنعها .

70-Non - Resident Training — تدريب غير مقيم

يتم هذا التدريب خارج مقر المنظمة في معاهد تدريبية متخصصة ، حيث يحضر المتدربون جلسات التدريب في مواعيد محددة وبعدها يعودون لأعمالهم في المنظمة .

71-Non -Verbal Communication — الإتصال غير اللفظي

وسيلة للإتصال بالآخرين دون إستخدام التحدث بل باستخدام حركات جسدية إرادية عوضاً عنها كتحريك الأرجل ، واليدين ، والرأس ، وتعابير الوجه . فتحريك الرأس مثلاً للأعلى والوراء فقط يعني لا أو النفي ، والابتسام مثلاً علامة للرضى والسرور ، وقد تكون الحركات لا إرادية في بعض الأحيان ، فتحريك المتحدث بشكل لا إرادي لرجله بسرعة وهو جالس هو تعبير عن الإنفعال الداخلي أو العصبية لديه ، ويسمي بعضهم هذا النوع من الإتصال بلغة الجسد ، التي يعتبرها بعضهم أكثر تأثيراً من إستخدام الكلمات وأسرع .

72-Non-Verbal Communication Rating Error — خطأ التأثر بدلائل الإتصال غير اللفظي في التقييم

هو أحد الأخطاء التي تحدث أثناء تنفيذ المقابلات . ويقصد بالدلائل الحركات اللا إرادية التي تصدر عن طالب العمل أثناء تنفيذ المقابلة ، وهي حركات في جسمه ، التي قد تكون في اليدين ، أو في الوجه ، مثل طقطقة الأصابع وتحريك الرقبة واللعب بالحواجب...الخ . فمثل هذه الحركات اللا إرادية قد تصرف إنتباه منفذ المقابلة عن المعلومات الشفهية التي يدلي بها طالب العمل مثلاً ، فيأتي تقييمه له غير موضوعي .

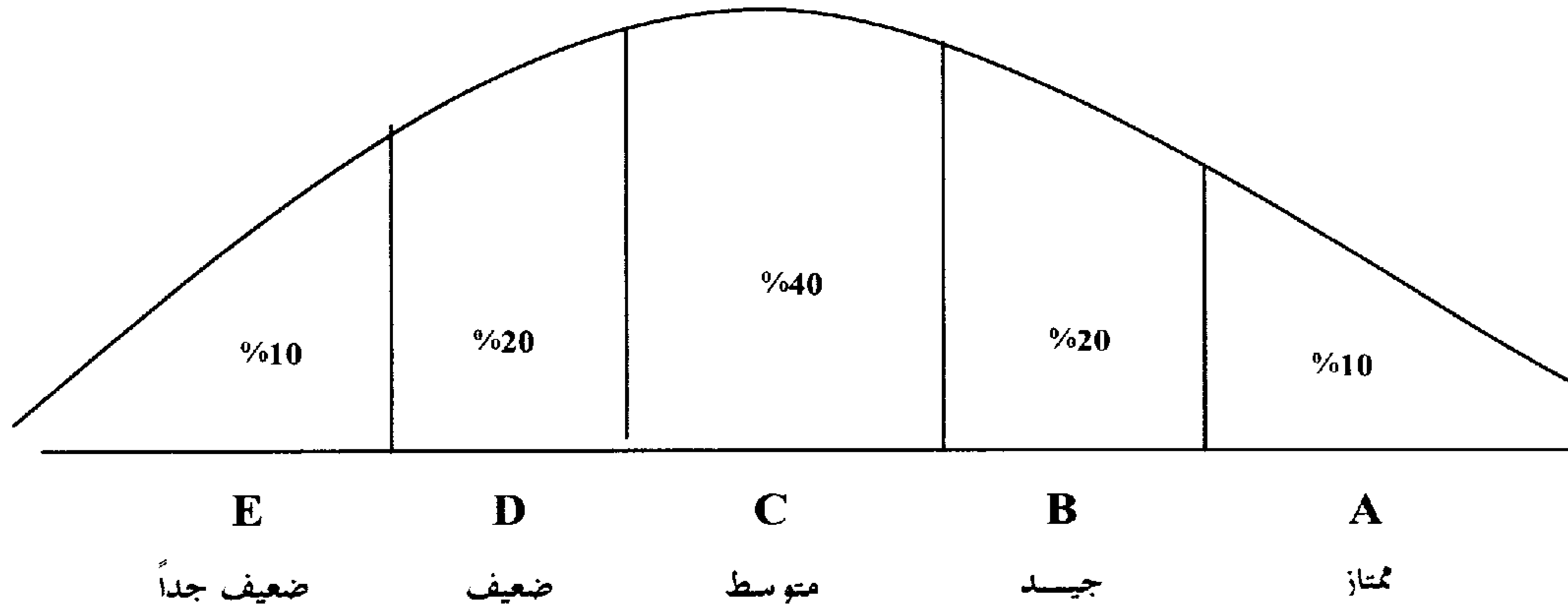
73-Non -Verbal Cues — دلائل الإتصال غير اللفظي

حركات إرادية أو لا إرادية تصدر عن المتصل شفهياً يكون لها دلالة أو معنى . فتقطيب الحاجبين دليل على الإنزعاج ، وضرب الطاولة باليد وبشدة دليل على الغضب ، وهز الأرجل عند الجلوس دليل على الإنفعال .

74-Normal Distribution Curve — منحى التوزيع (التكرار) الطبيعي

مقياس إحصائي شائع الإستخدام في الدراسات الميدانية في مجالات المعرفة الكثيرة والمتنوعة ، حيث يمكن إستخدامه كمعيار للحكم على موضوعية دراسة الظاهرة . ويشير مفهوم هذا المنحى إلى أن قيم الظواهر

الطبيعية تأخذ شكل الناقوس ، حيث تتركز 40% من قيمة الظاهرة حول قيمة وسطى (متوسط) ثم تتشتت باقي قيمها بقيم متناظرة إيجاباً وسلباً على النحو التالي :



75-Normal Expectation of Position — التوقعات العادية من الوظيفة

هي الأعمال النمطية أو الروتينية المتكررة التي يتوجب على شاغل الوظيفة إنجازها يومياً أو كل فترة زمنية ليست بطويلة .

76-Normative Economy — الإقتصاد الوضعي

هو الذي يقوم على أن الظواهر والأفعال الإقتصادية يمكن تفسيرها من وجهات نظر مختلفة بحسب المدرسة الإقتصادية الفكرية التي ينتمي إليها المفسر والمحلل الإقتصادي ، لذلك فإن النتائج التي يتوصل إليها من دراسة هذه الظواهر والأفعال ، قد تختلف من باحث لآخر حسب المدرسة التي ينتمي إليها .

77-Normative Model of Strategic Management — نموذج الإدارة الإستراتيجية المعياري

النموذج المعياري صفة أطلقها المختصون على عملية الإدارة الإستراتيجية ، التي إعتبروها بمثابة النموذج النظري الذي يوضح ويرشد إلى العناصر الأساسية التي تتكون منها هذه العملية ، التي تنفذ على شكل مراحل متسلسلة ومترابطة . كما يوضح أيضاً المراحل التي يمر بها تكوين إستراتيجية المنظمة . ويقصد بالمعيارية أن عملية الإدارة الإستراتيجية تضع وصفاً نظرياً لمراحل ومكونات الإدارة الإستراتجية دون أن تتعرض إلى تفاصيل كيفية تطبيقها في الواقع ، وكذلك لا تتعرض إلى إجراءات نقل الجوانب النظرية إلى الواقع الفعلي ، وبالتالي أشار المختصون إلى وجود فجوة بين الجانب النظري لعملية الإدارة الإستراتيجية كنموذج وبين الواقع الفعلي .

78-Nostro Account — حسابنا لديكم

هو الحساب أو الحسابات التي يفتحها مصرف محلي بإسمه لدى مصرف مُراسلْ آخر في الخارج بعملة أجنبية .

79-Not -for - Profit Entrepreneurship مشروع صغير لا يهدف إلى الربح

مصطلح يُطلق على المنظمات الصغيرة الحجم التي تعمل في مجال الخدمة الإجتماعية الخيرية كالتوعية الإجتماعية مثلاً ، وهي تلقى الدعم المعنوي والمالي من المجتمع والحكومة ، ويسميها بعضهم بالمشروع الإجتماعي الصغير ، حيث تؤسس هذه المشاريع بجهود شخصية من قبل أفراد المجتمع ، وهي لا تهدف إلى تحقيق أي ربح ، بسبب شعورها بمسؤولياتها الإجتماعية تجاه المجتمع . وبالتالي فهذه المشاريع الصغيرة تختلف عن المشاريع الإقتصادية الصغيرة (صناعية ، أم تجارية ، أم خبرية) من حيث الهدف ، ودوافع تأسيسها ، والقطاع الذي تعمل فيه ، والقانون الذي يحكم إحداثها ، وطبيعة عملها ، وهيكلها التنظيمي ، والموارد التي تستخدمها ، وتمويلها ، وأخلاقيات العمل فيها .

80-Numerical Ability Test إختبار المقدرة العددية (الحسابية)

أحد الإختبارات التي تستخدم في قياس المقدرة الذهنية الذكاء لدى الإنسان ، حيث يسعى للكشف عن سرعة ودقة الشخص في إجراء العمليات الحسابية بالإعتماد على قواعد علم الحساب . ويستخدم هذا الإختبار بشكل خاص في الكشف عن مقدرة الموظفين الذين يعملون في وظائف فنية ، ومحاسبية ، وهندسية ومالية وما شابه ذلك .

81-Numerical Classification Method أسلوب التصنيف والترتيب العددي

بموجب هذا الأسلوب يخصص رقماً لكل ملف ، أو موضوع ، أو شخص...الخ ، بحيث يشير هذا الرقم المخصص إليه مباشرة ، وبالتالي فالملف رقم (1) مثلاً يأتي قبل الملف رقم (2) وهكذا . وضمن الرقم الواحد يمكن إحداث تصنيف عددي مثل : **1:1:1** ، **1:2:1** وهكذا .

82-Numerical Filling Order نظام التصنيف حسب الأرقام

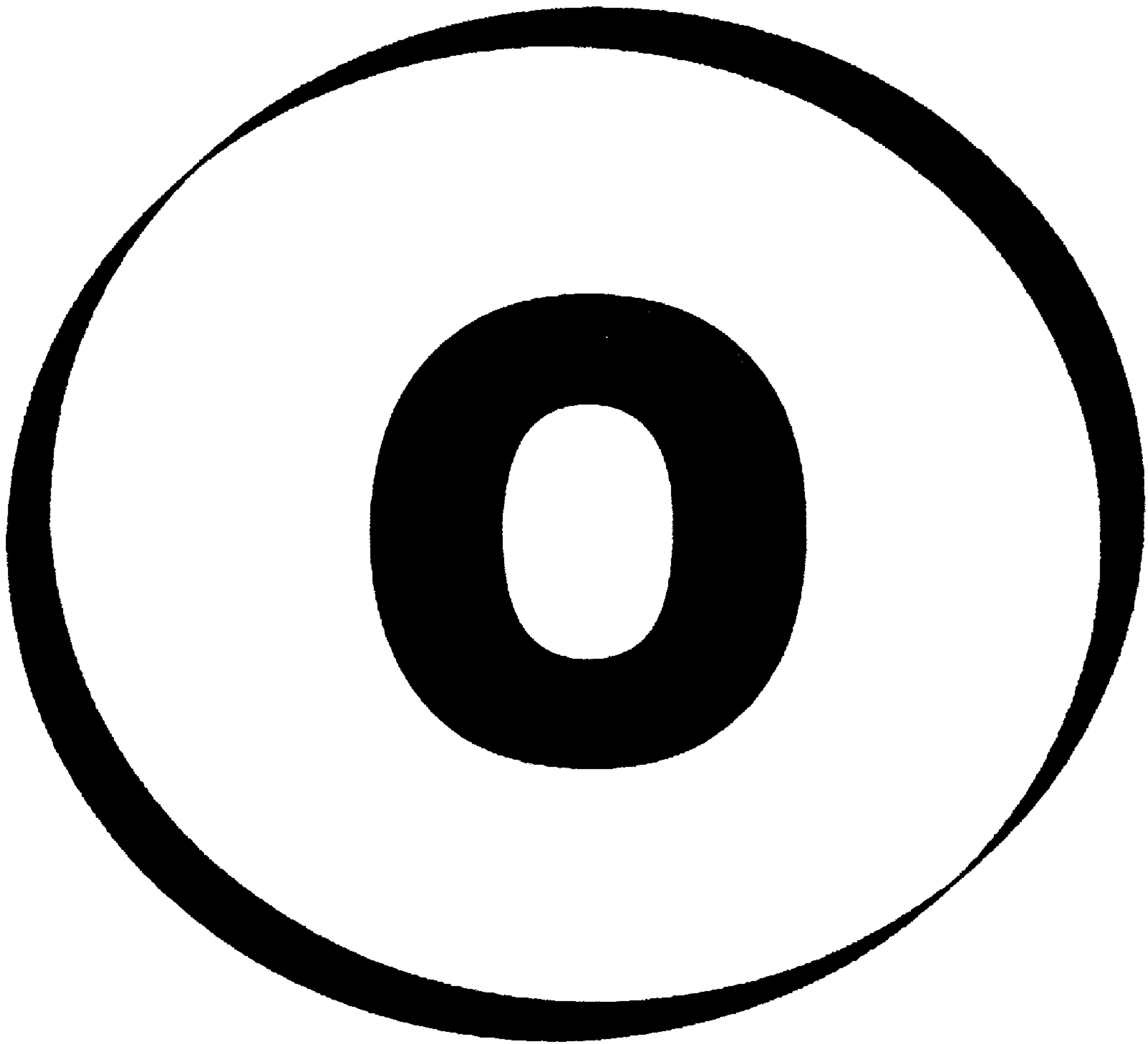
أنظر المعنى بالمصطلح المرادف :

Numerical Classification Method

أسلوب التصنيف والترتيب العددي

83- Numerical Human Resource Planning Strategy إستراتيجية تخطيط المورد البشري العددي

تعبر هذه الإستراتيجية عن قدرة المنظمة على تكييف عدد العاملين فيها كأحد عناصر مدخلاتها ، مع التقلبات التي تحدث في خطتها الإنتاجية الناشئة عن تغيرات بيئية . وتناسب هذه الإستراتجية بشكل جيد المنظمات ذات طابع العمل الموسمي ، لما تتصف به من مرونة .



1-Objective Integration — تكامل الأهداف

هو أحد مبادىء التوجيه الذي يشير إلى ضرورة تحقيق التوافق والإنسجام والتكامل بين أهداف الفرد وأهداف الجماعة ، وأهداف الجماعة مع أهداف المنظمة . وهذا الأمر يتعلق بربط المصالح الفردية مع المصلحة الجماعية ومصلحة المنظمة قاطبة تحت شعار العمل الجماعي التعاوني . وهذا يتطلب من المنظمة إحداث التوازن بين المساهمات (عمل وجهد ونشاط...الخ) التي يقدمها العاملون للمنظمة ، مع ما تقدمه لهم من حوافز متنوعة لإشباع حاجاتهم ورغباتهم .

2-Objective Lack Error — خطأ نقص الموضوعية

يحدث هذا الخطأ في عمليات التقييم بوجه عام وتقييم أداء العاملين من قبل رؤسائهم بشكل خاص ، ويعبر عن وجود تحيز إما إيجابي لمصلحة الشخص الذي يُقيم أداءه ، أوسلبي في غير مصلحته . ويحدث التحيز لأسباب كثيرة منها على سبيل المثال : وجود قرابة ، أوصداقة ، أورشوة ، أوخلاف ، أوعداء ...الخ ، بين المقيم ومن يقوم بتقييم أدائه .

3-Obsolescence of Commodity — تقادم السلعة

يقصد بالتقادم هنا ، أن السلعة أو المادة أو الصنف لم يعد إستخدامها إقتصادياً ، بسبب ظهور سلعة جديدة بديلة أفضل منها من حيث المواصفات والجودة والأداء والسعر أحياناً ، وبالتالي لم يعد لها قيمة تذكر نتيجة عدم طلبها في السوق .

4-Occupational Diseases — الأمراض المهنية

ينتج المرض المهني عن ممارسة الفرد لعمل معين بشكل منتظم ومستمر لفترة طويلة من الزمن ، وبالتالي فالمرض المهني لا يظهر فجأة كالإنفلونزه مثلاً ، إنما يظهر مع مرور الزمن بشكل تراكمي . فاستنشاق الأبخرة الكيماوية باستمرار ولفترة من الزمن قد يسبب سرطان الرئة ، وبالتالي فهذا المرض لا يظهر فجأة لدى الإنسان ، إنما يظهر بعد مرور فترة زمنية طويلة ، إذا إستمر الفرد في نفس العمل والبيئة المحيطة به .

5-Occupational Experience — الخبرة المهنية

تمثل مجموعة من العوامل التي تمكن شخص ما من أداء عمل أو أكثر أحياناً في مجال تخصص محدد، وتشتمل هذه العوامل على المهارات ، والقدرات ، والمعرفة ...الخ .

6-Occupational Safety and Health — السلامة والصحة المهنية

مجموعة الأعمال والإجراءات التي من خلالها تتمكن المنظمات من دراسة وتحليل أعمالها، لتحديد المخاطر الناتجة عنها وعن بيئة ومناخ العمل المادي فيها ، من أجل توفير سبل الحماية المناسبة لتلافي هذه

المخاطر ومسببات حدوثها ، أوعلى الأقل التخفيف من حدة آثارها السلبية في العاملين ، وتوفير مناخ وبيئة عمل مادية ، تكون فيها حوادث وأمراض العمل أقل ما يمكن ، للمحافظة على العاملين فيها .

7-Occupational Safety Engineering **هندسة السلامة المهنية**

مهندسون خبراء يقومون بدراسة جميع الأشياء المستخدمة في مكان العمل (آلات ، معدات ، أدوات ، أسلاك كهربائية ، الأرض ...الخ) الذي يمارس العاملون أعمالهم فيه ، ليحددوا بدقة المصادر التي تشكل خطراً (جروح ، كسور ...الخ) على سلامتهم ، وإقتراح السبل الكفيلة لمعالجة هذه المصادر ، وتوفير السلامة لهم أثناء مزاولتهم لعملهم .

8-Occpational Stress **الضغط الوظيفي (المهني)**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Job Stress

ضغط العمل

9-Odd Price **السعر المكسور**

هو السعر الذي تبلغ قيمته أقل من الوحدة النقدية الكاملة مثل : 99 أو 199 أو 1999 ...الخ، والهدف منه إحداث شعور لدى المستهلك بعدم إرتفاع السعر .

10-Off-the-Job Training **التدريب خارج مكان العمل**

هو الذي لا يتم أثناء أداء الفرد لعمله ، بل يتم بعيداً عنه ، سواء داخل المنظمة أوخارجها في معاهد تدريب وتنمية متخصصة ، حيث يحضر المتدرب برنامجاً تدريبياً مع متدربين آخرين يصمم ويعد لهذا الأمر، وبوجود مدرب متخصص ووسائل وتقنيات تدريب .

11-Offensive Strategy **الإستراتيجية الهجومية**

تسعى هذه الإستراتيجية إلى حشد موارد المنظمة وإمكاناتها وتوجيهها ضد منظمة أخرى تنافسها وتشكل خطراً عليها أوضد موقف يشكل خطراً عليها أيضاً ، وذلك من أجل إزالته وإبعاد الخطر عنها وضمان إستمرار نشاطها المستقبلي دون وجود تهديد لها .

12-Office Layout **تصميم (تخطيط) مكان العمل**

عمل يتم من خلاله تحديد وتوزيع مستلزمات العمل (مكاتب ، تجهيزات ، خزائن ...الخ) والعاملين ، ضمن حيز مكاني محدد (غرفة ، صالة ، ...الخ) ، بحيث يتيح هذا التصميم حرية وسهولة وسرعة الحركة فيه ، وأداء العمل ضمنه بحرية وسهولة أيضاً وبشكل إنسيابي دون وجود عقبات .

13-Office Layout Chart **خريطة تصميم (تخطيط) مكان العمل**

مخطط بياني يوضح توزيع مستلزمات العمل (مكاتب ، تجهيزات ، خزائن) والعاملين ، ضمن حيز مكاني (غرفة ، صالة ...الخ) ، بحيث يعرف من يطلع عليها أين يجلس كل فرد ، وأين مكان تواجد تجهيزات أو مستلزمات العمل ضمن هذا الحيز .

14-Office Work **العمل المكتبي**

يختص هذا العمل بالعمل الكتابي الذي يؤدى في الوحدات الإدارية داخل المنظمة ، كموظفي الديوان ، وتسيير المعاملات ، والحسابات وغيرها من الأعمال المكتبية ، بناء عليه فشاغلو الوظائف المكتبية أو الكتابية هم منفذون ولا يصنعوا قرارات .

15-Office Work Facilities **تسهيلات العمل المكتبي**

مجموعة الأشياء المادية التي تجعل من مكان العمل المكتبي مريحاً ومساعداً على الأداء ، وتشمل أموراً متعددة منها على سبيل المثال : مساحة مناسبة للغرفة ، طاولة مكتب واسعة نسبياً ، كرسي مريح ، خزائن سهلة الإستخدام ، حاسوب ...الخ . وينظر إلى هذه التسهيلات المكتبية على أنها حافز معنوي للعمل ، لأنها تجعل مكان العمل مريحاً للنفس .

16-Officers of Knowledge **ضباط (قادة) المعرفة**

صفة أطلقت على دور الرؤساء في منظمة التعلم Learning Organization للدلالة على أهمية دورهم في عملية التعلم والتدريب المستمرين ، حيث أن جزءاً هاماً من عملهم هو أن يعلموا ويدربوا مرؤوسين ليكسبوهم المعرفة والخبرة والمهارة ، فهم في نظر منظمة التعلم ضباطاً وقادة للتعلم المستمر فيها وعلى كافة المستويات .

17-Official Authority **سلطة رسمية**

هي سلطة المديرين والرؤساء ويستمدونها من المنصب الوظيفي الذي يشغلونه في المنظمة بموجب نظامها الداخلي ، أو من القانون أو التشريع ، كما هو الحال في الجهاز الحكومي كسلطة رئيس الحكومة والوزراء مثلاً . وقد تكون السلطة الرسمية مفوضة من قبل مدير لمرؤوسه .

18-Official Discretion **حرية التصرف الرسمية**

نطاق إستخدام الموظف لتقديره الشخصي للتصرف في شؤون إختصاصه ومجال عمل وظيفته .

19-Official Holiday **عطلة رسمية**

يوم أو أكثر يتوقف العمل في المنظمات العامة (الحكومية) والخاصة ويكون مدفوع الأجر أو الراتب ، وتكون هذه العطلة مقررة من قبل الحكومة مثل عطلة نهاية الأسبوع ، الأعياد الدينية ، العيد الوطني أو الإستقلال ...الخ ، أو من قبل المنشأة الخاصة ذاتها .

20-Old-Timers Employees الموظفون المتمرسون في العمل (المحنكون)

هم فئة من الموظفين الذين لديهم قدم وظيفي مكنهم من الإلمام الجيد والعميق في أنظمة وقواعد العمل وأساليبه ، فهم من أصحاب الخبرة التي يتم الرجوع إليهم للإستفسار عن النواحي غير المعروفة أو غير الواضحة في مجال العمل .

21-Oligopoly Competition إحتكار المنافسة

تحدث حالة إحتكار القلة عندما يوجد عدد محدود من المنظمات تنتج نفس المنتج . في هذه الحالة ستجد إحداها صعوبة في تغيير السعر عن السعر المتعارف عليه في سوقها . وإذا أرادت منظمة منها زيادة أرباحها، عليها العمل على تخفيض تكلفتها ليرتفع هامش ربحها ، لأنه من الصعب عليها رفع سعرها بسبب إحتكار القلة الذي يفرض عليها الإلتزام بسعر القلة السائد في السوق .

22-Oligopoly of Market إحتكار القلة للسوق

عدد محدود من المنتجين أو البائعين يسيطرون على سوق سلعة أو خدمة معينة ، من خلال إتفاق يتم بينهم بشأن بيعها بشروط معينة تخدم مصالحهم .

23-Ombudsman المحقق في شكاوى العاملين

ظاهرة موجودة في المنظمات الأمريكية والأوروبية (في الدول الصناعية المتقدمة) مفادها : وجود موظف مختص له علاقة مباشرة مع الإدارة العليا ، مهمته سماع شكاوى العاملين والتحقيق فيها ، وإقتراح الحل المناسب لها بالتعاون والتشاور مع الإدارة العليا . ومن مهام هذا الموظف الرد على إستفسارات العاملين حول القضايا التي تخصهم كبرامج السلامة والصحة في مكان العمل ، وذلك نيابة عن الرؤساء المباشرين . وهذا الموظف لا تعينه الإدارة العليا بل تعينه النقابة المختصة ، أو يقوم العاملون بإنتخابه .

24-On-the-Job Training التدريب أثناء العمل

أحد أساليب التدريب الذي يتم أثناء أداء المتدرب لعمله أو وظيفته ، ويكون المدرب فيه إما الرئيس المباشر أو أحد زملائه في العمل الماهرين . يتميز هذا الأسلوب أنه يسمح للمتدرب بتلقي التعليمات والإرشادات التدريبية وتطبيقها مباشرة في العمل والحصول على تغذية عكسية مباشرة حول صحة التطبيق، وإمكانية تصحيح الأخطاء على الفور ، لذلك وصف بأنه أسلوب تدريب عملي تطبيقي ذو تكلفة قليلة وفائدة كبيرة .

25-One Best Way of Doing Task طريقة واحدة هي الأفضل لأداء المهمة (العمل)

يعبر هذا المصطلح عن تفكير "فريديرك ونسلو تايلور Frederick W.Taylor" رائد حركة الإدارة العلمية في الولايات المتحدة الأمريكية التي ظهرت في مطلع القرن الماضي ، وذلك فيما يخص أداء العمال

للأعمال المكلفين بها . فقد لاحظ بأنهم يؤدون حركات لا لزوم لها أثناء أدائهم للعمل تستغرق منهم وقتاً دون مبرر أو فائدة . لذلك قام بتصميم طريقة أفضل لأداء العمل ، تعتمد على حذف الحركات الزائدة ، وتحديد الحركات التي يجب أن يقوموا بها ، مع تحديد الزمن اللازم لها ، في مسعى لإختصار زمن أداء الأعمال ، حيث وصل في النهاية (حسب إعتقاده) إلى تصميم طريقة أفضل لأداء العمال لأعمالهم ، وسمي إتجاهه الفكري هذا بالمدخل العلمي لتصميم العمل .

26-One-on-One Interview — المقابلة الإفرادية

أحد أساليب تنفيذ المقابلات ، يقوم بموجبها كل عضو من أعضاء لجنة المقابلة بمقابلة الفرد الذي تجري مقابلته بشكل إنفرادي ، بحيث يطرح العضو الأسئلة التي يريدها ويجمع المعلومات ويسجل الملاحظات الخاصة به . والغاية من ذلك تخفيف حدة إنفعال وإرتباك الفرد ، الذي عندما يقابل أعضاء اللجنة فرداً فرداً حيث تكون شدة إنفعاله أقل . إلى جانب ذلك فإن تنفيذ اللقاء بهذا الأسلوب يمنع تأثر أعضاء لجنة المقابلة بآراء بعضهم بعضاً ، مما يوفر درجة أكبر من الموضوعية . ويستخدم هذا الأسلوب بشكل خاص في مجال عملية إختيار الموارد البشرية وتعيينها في المنظمات .

27-One- Price Policy — سياسة السعر الواحد

سياسة يتم بموجبها بيع السلعة أو الخدمة بسعر واحد لجميع الزبائن والعملاء المتعاملين مع المنظمة ، وبنفس الشروط والكمية .

28-One Reason-One Result — السبب واحد والنتيجة واحدة

يمثل هذا المصطلح الإتجاه والتفكير التقليدي في تحليل المشاكل وتخطيط العمل وصنع القرارات، الذي حل محله اليوم التفكير الشبكي . ويشير مفهومه إلى موضوع التتابعية ، بمعنى بأنه لكل نتيجة سبب معين ، وبالتالي فهناك طريقة واحدة مثلى There is one Best Way للوصول إلى الحل أوالقرار ، ويعود أصل هذا التوجه إلى مؤسس نظرية الإدارة العلمية فريدريك ونسلو تايلور Frederick W.Taylor .

29-One Superior Only — رئيس واحد فقط

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Unity of Command

وحدة الأمر

30-One-to-One Marketing — التسويق الشخصي

عُرف هذا المفهوم التسويقي منذ القدم ، حيث يعرف المنتج أو البائع زبائنه شخصياً ، ويعرف أذواقهم ، وما اشتروه في الماضي ، ويسعى إلى توطيد علاقته بهم وكسب ثقتهم وولائهم لسلعته ، حتى أنه يقترح عليهم شراء منتج دون آخر بسبب وجود الثقة بينهما ، وهو صادق معهم على الدوام .

31-One-to-One Selling **البيع واحد لواحد**

يدخل هذا المصطلح في مجموعة مصطلحات الترويج والبيع الشخصي المباشر ، حيث يعتمد على التحاور مع كل زبون على حده ، لإحداث الرغبة والقناعة لديه بالمنتج . وتتوقف فاعلية هذا التسويق على وجود رغبة لدى الزبون في السماع والمناقشة .

32-Online Banks **مصارف على الخط (عن بعد)**

لها تسميات أخرى الصيرفة الإلكترونية ، مصارف عن بعد ، مصارف الإنترنيت ، فجميع هذه المسميات معناها واحد هو : إمكانية زبائن المصرف الوصول إلى حساباتهم وإدارتها ، وإجراء دفعات نقدية للوفاء بفواتيرهم ، والإستعلام ، وإجراء الحوالات النقدية محلياً وخارجياً ، والحصول على معلومات عن برامج المصرف وخدماته المقدمة لزبائنه . ويتم ذلك عن طريق شبكة الإنترنيت، حيث يكون بإمكان زبون المصرف وهو في مترله ، أو في مكتبه ، أو في أي مكان آخر حول العالم وعلى مدار الـ 24 ساعة ، الدخول إلى موقع المصرف الإلكتروني وإجراء العمليات السابقة .

33-Open Book Management **الإدارة على المكشوف (المفتوحة)**

أحد أنماط الإدارة تعكس مفهوماً بسيطاً وهو : الإفصاح والعلانية عن سير العمل للعاملين في المنظمة ، فكل فرد فيها يشترك ويساعد ويلعب دوراً إيجابياً في إنجاز أعمالها وتحقيق الأرباح ، دعم مركزها التنافسي، ويكون له دور فاعل في حل المشكلات وتخفيض التكاليف ورفع جودة المنتج . فالعاملون يطلعون على بيانات ومعلومات المنظمة (أرقام التكاليف ، والمصاريف ،المبيعات ... الخ) . من هنا نجد أن الأرقام تكون في متناول الجميع ، ويتعلمون كيفية قراءتها ، ويعطون الفرصة لتحريكها إيجابيا . إذاً هي طريقة جديدة للتحفيز الفكري ، وللعلاقة بين الإدارة من جهة والعاملين من جهة ثانية ، فالجميع مسؤول عن تحقيق النتائج الإيجابية ، والجميع له تأثير في نشاط المنظمة ونجاحها .

34-Open Display **العرض المكشوف**

عرض السلعة بطريقة مكشوفة أمام المشتري ، بحيث تكون في متناول يده دون الحاجة لمساعدة من قبل البائع ، حيث بإمكانه إمساكها وفحصها . وتُستخدم هذه الطريقة في عرض السلع بمتاجر السوبر ماركت وغيرها ذات العلاقة بالخدمة الذاتية .

35-Open Door Policy **سياسة الباب المفتوح**

قناة إتصال بإتجاهين وعلاقة مفتوحة ومستمرة بين الرؤساء ومرؤوسيهم ، من خلالها يسمح الرئيس لمرؤوسيه بأن يتصلوا به بشكل مباشر دون وجود عوائق أو حواجز تحول دون هذا الإتصال ، وذلك

لينقلوا له آراءهم ، ومقترحاتهم ، وشكاواهم ...الخ . ولا يقتصر هذا الإتصال على الإصغاء ، بل مناقشتهم وتبادل الرأي معهم حول ما ينقلوه إليه .

36-Open Inflation — التضخم المفتوح

يحدث التضخم الإقتصادي المفتوح عندما ترتفع الأسعار إستجابة لزيادة الطلب العام المسمى بالإنفاق الحكومي ، حيث ترتفع أسعار السلع والخدمات بشكل علني . ويحدث هذا التضخم في الدول ذات الإقتصاد الحر .

37-Open Office — المكتب المفتوح

طابق (أو مساحة) غير مقسم إلى غرف وجدران ، يجلس أو يعمل فيه مجموعة من العاملين مع بعضهم . والغاية من ذلك تجميع أوجه النشاط ذات العلاقة مع بعضها ومن يؤديها في مكان واحد ، لتسهيل إنسياب العمل والإتصال والرقابة على أداء العاملين بسهولة وتقليل تكلفة البناء .

38-Open –Pay System — نظام دفع الرواتب و الأجور المفتوح

أسلوب تقليدي كان يستخدم (ومازال) في دفع تعويضات العاملين في المنظمة . بموجبه ينظم شهرياً قائمة بتعويضاتهم ، ويقوم كل فرد بالتوقيع بجانب إسمه ويستلم تعويضه . في هذه الحالة بإمكانه أن يعرف تعويض الأفراد الذين هم بجانب إسمه ، وبالتالي لا يوفر هذا النظام السرية والخصوصية في دفع تعويضات العاملين .

39-Open Question — سؤال مفتوح

أحد أنواع الأسئلة التي تستخدم في مجال إجراء المقابلات لجمع المعلومات وإستقصاءات الرأي ، حيث تكون الإجابة عن السؤال مفتوحة وليست محددة ، كأن نقول مثلاً ما هو رأيك في موضوع كذا ؟ . يتميز هذا النوع من الأسئلة أنه يسمح بالحصول على معلومات وفيرة ، لأنه يعطي للمتحدث حرية الكلام والتعبير عن رأيه دون وجود قيود ، لكنه في المقابل يستغرق وقتاً طويلاً .

40-Operating Manager — مدير تشغيلي (عملياتي)

هو الذي يصنع قرارات تهتم في تحقيق أهداف المنظمة بشكل مباشر ، من خلال ما تحققه (قراراته) من خفض للتكاليف وقيمة مضافة وأرباح وعوائد أخرى . وتصب قرارات هذا المدير وتنفذ في قاعدة الهرم الإداري العمال Bottom – Line ، وبالتالي يكون على تماس مباشر معهم .

41-Operating Supplies — إمدادات (مواد) تشغيلية

هي المواد الأولية التي تستخدم في عمليات التصنيع كمواد مساعدة ولا تدخل في عملية تصـــنيع المنـــتج النهائي بشكل مباشر . ومن هذه المواد الوقود ، الزيوت ، الشحوم ، مواد تنظيـــف ، مـــواد مكتبيـــة . وتستهلك هذه المواد خلال فترة التشغيل والصيانة .

42-Operational Authority **السلطة التشغيلية**

تمارس هذه السلطة عادة من قبل الإدارة المباشرة التي تصنع قرارات تضع من خلالها قرارات المستويات الإدارية الأعلى موضع التنفيذ في قاعدة الهرم التنظيمي .

43-Operational Decisions **قرارات تشغيلية**

تهتم القرارات التشغيلية (التي يسميها بعضهم بالقرارات الروتينية) بأمور المنظمة اليومية ، وبالتالي فهي تقع ضمن التخطيط القصير الأجل ، وتتخذ عادة في المستوى الإداري الأول ، حيث يقوم الرؤساء في هذا المستوى بتطبيق سياسة المنظمة وقواعد العمل فيها ، وتختص في معالجة مشاكل روتينية متكررة كتوزيـــع العمل ، والشكاوى ، ومراقبة ضبط سير العمل التشغيلي اليومي، وبالتالي فهي لا تحتاج إلى دراسة وتحليل واسعين ، نظراً لتكرار نفس المواقف التي تعالجها . وعليه يمكن القول أن القرار التشغيلي يشتمل على قدر ضئيل وفرص محدودة جداً في ممارسة القرار المبدع والمستقل .

44-Operational Line **الخط التشغيلي**

يمثل هذا الخط قاعدة الهرم التنظيمي أي المنفذون أو عمال الإنتاج ، والموظفون الكتبة الذين يضعون خطة العمل موضع التطبيق ، فهؤلاء هم الذين ينفذون العمل والأوامر والتوجيهات الصادرة عن المستويات الإدارية .

45-Operational Planning **التخطيط التشغيلي**

يقوم هذا النوع من التخطيط بوضع التفاصيل الخاصة بتنفيذ الخطط وما تتضمنه من أعمال وأنشـــطة ، لذلك فهو يهتم بالجزئيات ، ويكون على شكل معايير وأرقام تسمح بتقييم التنفيذ والنتائج . ويشمل هذا النوع من التخطيط كافة مجالات العمل داخل المنظمة ، ومن الأمثلة عليه :

- في مجال الإنتاج : تحديد وتخطيط مستلزمات جداول الإنتاج من المواد والقطع ...الخ .
- في مجال التخزين : تحديد مستوى المخزون اللازم لسداد إحتياجات العمل خلال فترة محددة .
- في مجال التمويل : تحديد حجم السيولة اللازمة لمواجهة الإحتياجات النقدية الجارية .

46-Operative Employees **العاملون التشغيليون**

يمثلون العمال والموظفين الذين ينفذون العمليات بمراحلها وإجراءاتها ، وفق الأنظمة والسياسات وقرارات وتوجيهات المستويات الإدارية في المنظمة ، وبالتالي يمثل هؤلاء قاعدة الهرم التنظيمي لأية منظمة.

47-Operative Proffessionals **المهنيون التشغيليون**

مصطلح يطلق على كل من يعمل في المجالات الفنية غير الرئاسية داخل المنظمات ، ومن هؤلاء على سبيل المثال : المهندسون ، المحاسبون ، السكرتارية ، العمال الصناعيون ....الخ .

48-Opinion **الرأي**

هو تقييم ذاتي شخصي نابع من تفاعل معتقدات وإتجاهات وخبرات ودوافع وميول وعواطف الفرد حيال موقف أو موضوع معين ، وبالتالي فهو إستجابة فكرية ذهنية لمؤثر خارجي يواجهه الفرد ، وقد تكون هذه الإستجابة موضوعية أو غير موضوعية .

49-Opportunity Cost **تكلفة الفرصة الضائعة**

تمثل الخسارة المالية وغير المالية (معنوية) التي تتحملها المنظمة نتيجة عدم إستثمارها لفرصة (تقديم سلعة أو خدمة جديدة ذات نفع لها وللمستهلك) متاحة لها في السوق ، وقام باستثمارها منافس لها .

50-Optimal Decision **القرار الأمثل**

يقصد به القرار الأفضل الذي يصل إليه صانع ومتخذ القرار، عن طريق وضع عدة بدائل متاحة محسوب نتائجها بشكل مسبق ، ليفاضل بينها وفق معايير محددة ، ليتم إختيار أفضلها وأحسنها ، وهو الذي نسميه بالقرار الأمثل .

51-Optimistice Time Estimate **تقدير الزمن التفاؤلي**

مصطلح يستخدم في مجال أسلوب متابعة وتقييم البرامج (PERT) وهو أحد الأساليب الكمية في إتخاذ القرارات ، ويشير إلى الزمن الذي يُتوقع أن يتم فيه تنفيذ النشاط إذا تم كل شيء وفق المطلوب وبالإمكانات المتاحة ، أي أنه الزمن الذي يفترض أفضل الظروف المتوقعة (أحسن الإحتمالات) ويمثل الحد الأدنى الذي يمكن أن يستغرقه النشاط .

52- Optimized Production Technology System (OPT) **نظام تكنولوجيا الإنتاج الأمثل**

نظام محوسب لتخطيط الإنتاج يقوم على تحديد مراكز العمل الأساسية في المصنع (العمل ، الآلات) من أجل توجيه الموارد (تخصيصها) الخاصة والمتعلقة بعمليات التصنيع والإنتاج ، بغية تعظيم الإنتاج (المخرجات) وخفض المخزون ، وتقليص النفقات التشغيلية . ويقوم هذا النظام على الأفكار الأساسية التالية :

- التمييز بين العمليات الأساسية والعمليات الثانوية ، فالأساسية يجب أن تُستغل بنسبة 100% والتحسينات يجب أن تنصب عليها من أجل زيادة مخرجاتها .

- يجب التمييز بين الإستغلال بكفاءة أي ما يستطيع العامل أو الآلة عمله ، وبين النشاط بفاعلية أي ما يجب على العامل والآلة عمله ، فالكفاءة هي معيار جزئي بينما الفاعلية هي معيار النظام الكلي أي معيار كلي .
- لا تتم عملية نقل المنتج تحت التصنيع بين مراحل تصنيعه وفق معيار أن تكون الوجبة مساوية لوجبة التشغيل في المرحلة اللاحقة ، بل يمكن أن يتم نقل الوجبة (الكمية) المنتجة في المرحلة السابقة إلى المرحلة التالية وإن لم تنته الوجبة التالية من تصنيع كامل منتجها ، وهذا يخالف المدخل التقليدي الذي يؤكد بأن الكمية المنقولة من المرحلة السابقة يجب أن تكون معادلة للكمية المنتجة في المرحلة التالية .

53-Oral Communication — الإتصال الشفهي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Verbal Communication

الإتصال اللفظي

54-Order — أمر

كل ما يصدر من الرئيس إلى المرؤوس من أوامر وتوجيهات للقيام بعمل أو الامتناع عنه في ظرف معين ، وبالتالي فهو إلزامي ، لأنه صادر عن شخص يمتلك الحق أو السلطة في إصداره .

55-Order Fullfillment Process — عملية تلبية أمر الشراء

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Order -to- Payment Process

56-Order Getter — الباحثون عن طلبيات البيع

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة المبيعات ، ويشير معناه إلى مندوبي المبيعات الذين يعملون في السوق بحثاً عن الزبائن المرتقبين ، وإتمام صفقة بيع معهم .

57-Order Principle — مبدأ الإنتظام والترتيب

هو أحد مبادئ الإدارة وله نوعين : الأول مادي ويشير معناه إلى أن يكون لكل شيء مادي مكان محدد له ومعروف ، من أجل سهولة الوصول إليه وعدم فقدانه . الثاني إجتماعي ويشير إلى ضرورة وجود مكان مخصص أيضاً ومعروف لكل فرد يعمل في المنظمة ، وأن يتم إختياره بشكل مناسب وتعيينه في وظيفة مناسبة أيضاً .

58-Order Takers — منفذو الطلبيات

يستخدم هذا المصطلح في مجال عمل إدارة المبيعات ، ويشير معناه إلى رجال البيع الذين يستلمون أوامر الشراء ويتمون عمليات البيع مع الزبائن الدائمين أو المتكررين ، وبالتالي يعتبر عملهم ذي صبغة روتينية .

59-Order-to-Payment Process **عملية تلبية أوامر الشراء**

يقصد بهذا المصطلح كافة مراحل وإجراءات تلبية أوامر شراء عملاء أو زبائن المنظمة ، وذلك من بدايتها وهي إستلام طلب الزبون ، وحتى نهايتها وهي دفعه لقيمة البضاعة وتوريدها إليه مع الفواتير .

60-Organical Organization **منظمة (تنظيم) عضوية**

هي التي يتلون طابع العمل الإداري والتنظيمي فيها بأفكار ومفاهيم النظرية السلوكية في الإدارة، وتتصف بالخصائص التالية :

- النظرة للمنظمة والعمل فيها نظرة كلية والخلية التي تتكون منها هي الجماعة وليس الفرد ، وبالتالي فالتعاون والعمل الجماعي والمشاركة في صنع القرارات والحوافز المعنوية شيء أساسي فيها ،
- الإعتماد على المرونة والحرية في العمل ، وتفويض السلطة .
- عدم المبالغة في تقسيم العمل والتخصص فيه .
- عدم مقاومة التنظيم غير الرسمي ، بل التقرب منه والتعاون معه .
- الإتصال الرسمي يجب أن يكون في كافة الإتجاهات لتحقيق التفاعل بين العاملين .

61-Organization **المنظمة**

هي كيان قانوني يأخذ شكل تجمع بشري يعمل بشكل جماعي تعاوني منسق لتحقيق أهداف محددة مسبقا، في ظل ظروف بيئية محيطة تؤثر في نشاط هذا الكيان ، الذي عليه التأقلم معها . وداخل هذا الكيان ، وحدات إدارية فيها رؤساء ومرؤوسين لكل منهم دور محدد يقوم به في نسق واحد إجتماعي مترابط ، على شكل نظام متكامل يخضع العمل فيه لسياسات وإجراءات وطرق عمل محددة ملزمة للجميع .

62-Organization Bonds **روابط التنظيم**

يشير معنى هذا المصطلح ويعبر عن الإعتمادية المتبادلة بين أجزاء ومكونات التنظيم المختلفة وتفاعلها مع بعضها بعضاً ضمن ما يسمى بالمنظمة .

63-Organization Components **مكونات المنظمة**

يقصد بالمكونات هنا العناصر التي تتكون منها أية منظمة أيا كان نوعها وطبيعة عملها ، وهذه المكونات خمسة هي مايلي :

- الهدف Objective (أو الرسالة) .

- الأفراد العاملين Individuals .
- الوظيفة أو المهمة Task (النشاط النوعي الذي تمارسه المنظمة) .
- التقنية Technology .
- الهيكل التنظيمي Organizational Structure .

64-Organization Culture ثقافة المنظمة (الثقافة التنظيمية)

بيئة إجتماعية تشتمل على مجموعة من القيم ، والعادات ، والمعتقدات المشتركة داخل المنظمة ، تتفاعل مع بعضها ومع هيكل المنظمة الرسمي ، لينتج عنها قواعد سلوكية إيجابية ، يتوجب على جميع العاملين فيها التقيد والتحلي بها خلال ممارسة أعمالهم داخلها ، وعلاقات بعضهم مع بعض ومع الغير . وبالتالي فثقافة المنظمة هي بمثابة دستور أخلاقي ، يصهر السلوكات والتصرفات داخلها في نمط سلوكي موحد ، فيجعل لغة السلوك فيها لغة واحدة مشتركة ، بحيث يوجهه لخدمة رسالتها وغايتها ، وخدمة المجتمع الذي تعمل فيه .

65-Organization Culture Indoctrination تَشَرُّب ثقافة المنظمة

يقصد بالتشرب هنا التعلم والإلمام العميق لثقافة المنظمة من قبل العاملين لديها ، وبالتالي فتشريب الثقافة هنا ليست مسألة تلقين لمضمونها ، بل هو شرح واضح ومستفيض لها ، والتأكد من أن العاملين قد فهموها جيداً ، وأنهم أصبحوا قادرين على الإلتزام والتقيد بها ، وأنها أصبحت جزءاً من كيان عملهم في المنظمة ، وأنها الدستور الذي يحكم سلوك الجميع .

66-Organization Development – Doctor Patient Model نموذج الطبيب والمريض في تنمية المنظمة

هو أحد النماذج المستخدمة في مجال تطوير أو تنمية المنظمات ، حيث ينظر إلى المنظمة كأنها مريض ، تُعرض حالته المرضية على طبيب مؤهل أكاديمياً ولديه خبرة جيدة ، ليصف له العلاج المناسب ، هذا الطبيب هو مستشار (أو مستشارو) عملية التطوير في المنظمة .

67-Organization Direction إتجاه المنظمة

يمثل إتجاه المنظمة رسالتها ورؤيتها المستقبلية ، أي الصورة التي تريد أن تظهر بها مستقبلاً ، أو ما تريد أن تكون عليه في الأجل البعيد ، وبالتالي فإتجاه المنظمة يمثل ويوضح طموحها المستقبلي بما نسميه بأهدافها المستقبلية . ويحدد إتجاه المنظمة أيضاً القيم والمعتقدات التنظيمية التي سوف يعتنقها كل من يعمل فيها في أدائه وسلوكه داخلها ، وكذلك الفلسفة الإدارية التي سوف تطبقها في ممارستها في سبيل الوصول إلى الطموحات أو الأهداف المستقبلية .

68-Organization Human Resources **موارد المنظمة البشرية**

كل من يعمل في المنظمة أي جميع العاملين فيها ذكور وإناث ، وعلى مختلف فئاتهم الوظيفية ، ومهاراتهم ، وتخصصاتهم ، ومستوياتهم الإدارية .

69-Organization Infrastructure **بنية المنظمة التحتية**

تمثل بنية المنظمة التحتية إمكاناتها المادية (رأس المال ، آلات وتجهيزات ..الخ) وغير المادية (رسالة المنظمة ، ثقافتها التنظيمية ، مهاراتها البشرية ...الخ) التي من خلالها تتمكن من أداء مهامها ونشاطاتها في سبيل تحقيق أهدافها ، والمحافظة على بقائها وإستمراريتها .

70-Organization Information System **نظام معلومات المنظمة**

هو نظام مركب أو مؤلف من أنظمة معلومات إدارية فرعية (نظام معلومات الإنتاج ، نظام معلومات الشراء ...الخ) متكاملة مع بعضها ، حيث يقوم هذا النظام الكلي بربط الأنظمة الفرعية في نظام معلومات واحد .

71-Organization Job Design **تصميم عمل المنظمة**

نشاط إداري وفني بآن واحد يتم من خلاله تحديد الأطر العامة لتنفيذ عمل المنظمة وتحقيق هدفها وذلك وفق المراحل التالية :

- تحديد عدد ونوعية الأعمال الرئيسة اللازمة لتحقيق هدف المنظمة الكلي .
- تحديد أهداف (الإنجازات) الأعمال الرئيسة التي تعبر عن معايير الأداء فيها .
- تحديد الإطار العام لمهمة ومسؤولية كل مدير في كافة المستويات الإدارية .
- تحديد مراحل تنفيذ العمل الرئيس الواحد من بدايته وحتى نهايته .
- تحديد بيئة العمل المادية وظروفها لكل عمل رئيس (خصائص العمل) .
- تحديد الأعمال الفرعية (الوظائف) التي يحتاجها عمل كل مدير مع تحديد مهمة ومسؤولية كل منها .
- تحديد الآلات والتجهيزات والأدوات اللازمة لتنفيذ الأعمال وطريقة إستخدامها .
- تحديد أسلوب أداء الأعمال .

72-Organization Learning & Training Climate **مناخ المنظمة التعلمي التدريبي**

هو العوامل والظروف المادية ، والنفسية والإجتماعية السائدة في مكان العمل التي تلعب دوراً مؤثراً في فاعلية تعلم وتدريب العاملين ، وفي نقل ما يتعلموه ويتدربوا عليه إلى الواقع العملي وإلى أدائهم . وتشمل

الظروف المادية : نظم وسياسات وإجراءات العمل ، الضوضاء ، الحرارة ، عبء العمل ....الخ . أما العوامل النفسية والإجتماعية فتشمل : العادات ، الإتجاهات ، العلاقات بين المديرين والمرؤوسين ، الإحترام والتقدير ...الخ . ويمكن القول أن مسألة المناخ التدريبي في المنظمة مسألة هامة جداً ، فإذا كان جيداً ومناسباً فإنه يُمكن المتدرب من تطبيق ما تدرب عليه ، وبالتالي تكون عملية تعلمه وتدريبه قد نجحت والعكس من ذلك صحيح .

73-Organization Life -Cycle — دورة حياة المنظمة

تعبر دورة حياة المنظمة عن المراحل التي يمر بها نشاطها منذ إنشائها وحتى زوالها وهذه المراحل هي ما يلي: المرحلة الأولى وتسمى بالولادة وتعبر عن مرحلة بداية النشاط ، المرحلة الثانية وتسمى بمرحلة النمو التي تسعى فيها المنظمة إلى توسيع أعمالها والإنتشار ، المرحلة الثالثة وتدعى بالنضوج التي يصل نشاط المنظمة فيها إلى أوجه والأرباح وفيرة ، المرحلة الرابعة وتسمى بالإنكماش حيث يبدأ منحنى نشاط المنظمة بالإنحدار ، أما المرحلة الأخيرة فهي مرحلة الزوال التي فيها تبدأ المنظمة بالهرم وتحقيق الخسائر مما يستوجب الأمر إنهاء حياتها ووجودها . وتجدر الإشارة إلى أنه ليس بالضرورة أن تمر جميع المنظمات بكل هذه المراحل، فقد تنتهي منظمة ما في المرحلة الثانية لسبب ما أدى إلى فشلها .

74-Organization Mission — رسالة المنظمة

هي تعبير واضح لما تريد أن تكون عليه المنظمة مستقبلاً ، وبالتالي فهي تمثل صورتها المستقبلية وما تريد إنجازه ، وإلى أين تريد الوصول إليه في مسيرتها ، وبالتالي فهي بمثابة الطموح المشترك لكل من يعمل فيها ، وتحقيقها لا يكون في الأمد القصير أو المتوسط ، بل يكون في الأمد الطويل ، ويمكن تشبيهها بمثابة الدستور الذي في ظله وضوئه تنظم وتنفذ جميع شؤون المنظمة .

75-Organization Shared Values — قيم المنظمة المشتركة

جزء أساسي من ثقافة المنظمة التنظيمية التي تسود أوساط العاملين فيها ، وتشمل الجوانب الأخلاقية الحسنة التي يجب الإيمان بها وإعتبارها الموجه لسلوكاتهم فيها ، فهي بمثابة أداة لتوحيد أنماط سلوك جميع العاملين في المنظمة وصهرها في بوتقة واحدة وتوجيهها نحو تحقيق رؤيتها المستقبلية ورسالتها .

76-Organization Task Environment — بيئة مهمة المنظمة

تشتمل هذه البيئة على أصحاب العلاقة Stakeholders ، أي جميع الأطراف الذين لهم تأثير في نشاط المنظمة ومهمتها ، وهذا التأثير إما أن يكون إيجابياً أو سلبياً وهؤلاء هم : الزبائن ، الملاك ، المزودون ، الموزعون ، المقرضون ، النقابة ، الحكومة ، الجمهور العام .

77-Organizational Analysis — التحليل التنظيمي

عملية يتم بموجبها جمع معلومات ميدانية عن واقع العمل والأداء الكلي (أو جزءً) منه في المنظمة ، وتشخيصها للوصول إلى نتائج توضح وتقيم هذا الواقع بإيجابياته وسلبياته ، من أجل إدخال تغييرات جذرية شاملة ، أو جزئية ، أو إجراء بعض التعديلات ، من أجل تطوير هذا الواقع وتحسينه ورفع كفاءته وفعاليته . وبالتالي يمكن القول أن التحليل التنظيمي هو القاعدة أو الأساس الذي يقوم عليه تطوير ، وتحسين الأداء التنظيمي في المنظمة وزيادة فاعليته . وتشتمل عملية جمع المعلومات وتحليلها على أمور كثيرة مثل : أهداف المنظمة ، وظائفها ، النمط القيادي السائد ، علاقات السلطة ، تفويض السلطة ، درجة المركزية واللامركزية ، معدل نمو المنظمة ، إنتاجية المنظمة والفرد ...الخ . إذاً يمكن القول أن التحليل التنظيمي هو عملية تهدف إلى تقييم فاعلية الأداء التنظيمي ، وتشتمل على جوانب كثيرة للتعرف على :

- مدى واقعية أهداف المنظمة .
- مدى التوافق بين الهيكل التنظيمي الحالي ومتطلبات العمل في المنظمة .
- مدى سهولة الإتصالات .
- مدى فاعلية الرقابة الإدارية والمالية .
- مدى سهولة التنسيق .
- الإزدواجية والتداخل في الأعمال والمهام والسلطات .
- تفويض السلطة وتكافؤ السلطة والمسؤولية .
- مدى تطبيق مبدأ نطاق الإشراف أو الإدارة المناسب وعلاقته بعدد المستويات الإدارية .
- مدى سهولة طرق وإجراءات العمل .
- مدى كفاءة عمليات التعلم والتدريب .
- مستوى الروح المعنوية السائد بين العاملين (الرضى الوظيفي) وأسبابه .

78-Organizational Behavior السلوك التنظيمي

السلوك الإنساني هو كل مايصدر عن الإنسان من إستجابات حركية وعقلية وإجتماعية عندما يواجه بموقف معين ، وقد أصبح من المعروف أن وراء كل سلوك دافعاً ومسبباً يوجهه وجهة معينة ومحددة لتحقيق غاية أو هدف معين . فسلوك البشر جميعهم يكمن وراءه مسببات مختلفة ومتنوعة ، فتصرفات الأفراد من أفعال لا تأتي من فراغ ، بل هي ناتجة عن مواقف معينة يواجهونها في حياتهم ، وهذه المواقف محكومة بالفرد والبيئة التي يعيش فيها . وحتى تتمكن المنظمة والمديرون من الحصول على السلوك التنظيمي (الإنساني) المرغوب من قبل العاملين فيها ، لا بد لهم من أن يدرسوا ويفهموا هذا السـلوك ،

ويعرفوا دوافعه ومسبباته وأهدافه ، حتى يتمكنوا من وضع السبل التي تساعدهم على توجيهه الوجهة المطلوبة ، ويُكسبوا العاملين أنماطاً سلوكية تنظيمية تخدمهم وتخدم مصلحة العمل والمنظمة . فقد بات من الضروري أن يفهموا الشخصية الإنسانية ودوافعها ومكوناتها ، وكيف يتعلم ويدرك الأفراد المواقف والظروف ، ليتمكن كل مدير أن يقوم بعملية التوجيه والإرشاد على الوجه الأكمل ، وليعلم مرؤوسيه النمط السلوكي الإيجابي ، وهذا لن يأتي إلا بعد فهم السلوك التنظيمي داخل المنظمة .

79-Organizational Career Paths Planning — تخطيط المسارات الوظيفية التنظيمية

يقصد به تحديد المسالك (الممرات) أو الخطوط المرنة التي توضح مجموعة الوظائف التي يمكن أن يتدرج فيها موظفو المنظمة أو ينتقلوا إليها خلال حياتهم الوظيفية ، وذلك إما عمودياً عبر المستويات التنظيمية من قاعدة الهيكل التنظيمي حتى قمته ويسمى هذا الإنتقال بالترقية ، أو أفقياً فتسمى بالنقل الوظيفي الأفقي . ويبدأ المسار عادة بوظيفة دنيا وينتهي في وظيفة عليا في مستوى إداري أعلى ، وما بين هاتين الوظيفتين تقع عدة وظائف يتدرج فيها الموظف رأسيا أو ينتقل إليها أفقياً خلال حياته الوظيفية ، وعدد الوظائف الواقعة على المسار الواحد يختلف من مسار إلى مسار آخر ، حسب طبيعة تخصص المسار ، الذي هو يحدد طوله .

80-Organizational Change — التغيير التنظيمي

نشاط يهدف أساساً إلى إحداث تغييرات في بعض أو في جميع العناصر التي تتكون منها المنظمة ، من أجل مواجهة بعض التغييرات والأحداث المؤثرة فيها ، التي تحدث بداخلها أو خارجها في البيئة التي تعيش في كنفها ، وذلك من أجل تحسين قدرتها على حل المشكلات ، وتطوير نفسها والتكيف مع المتغيرات البيئة الداخلية والخارجية ، فنحن نعيش عصراً سمته الأساسية التغير . ويتم هذا الأمر عن طريق إدخال التغيير المناسب في المجال المادي أو البشري أو الإثنين معاً ، بما يتماشى ويتوافق مع التغير البيئي الذي حدث . وتجدر الإشارة في هذا المقام إلى نقطة حساسة وجوهرية هي : أنه ليس بالضرورة أن ينتج عن كل تغيير تقوم به المنظمة تطوير تنظيمي ، فهناك بعض التغييرات التي تقوم بها المنظمات من أجل التكيف والتواؤم مع بعض التغييرات البيئة . فعلى سبيل المثال قد تضطر إحدى المنظمات الإنتاجية أن تخفض مستوى جودة السلعة التي تنتجها من أجل أن يكون سعرها تنافسياً في السوق .

81-Organizational Chart — خريطة تنظيمية

الخريطة التنظيمية شكل أو رسم بياني ، يوضح الهيكل التنظيمي الذي يقوم عليه بنيان المنظمة الكلي ، وهي توضح الأمور الجوهرية التالية :

- الأنشطة الرئيسة والفرعية التي تقوم بها المنظمة في سبيل تحقيق أهدافها .
- التقسيمات الإدارية الرئيسة والفرعية التي تشتمل عليها المنظمة .

- عدد المستويات الإدارية .
- نطاق الإدارة على مستوى الوحدات الإدارية .
- خطوط السلطة بكافة أنواعها والتي تربط أجزاء المنظمة بعضها ببعض ، حيث تمثل العلاقات التي تربط بينها .
- مواقع الإدارات عبر المستويات الإدارية .
- مراكز صنع القرارات والمسؤولية (المناصب الإدارية) .
- المجالس واللجان الدائمة .

82-Organizational Citizenship Behavior **سلوكات المواطنة التنظيمية**

هي سلوكات طوعية تصدر عن العاملين في المنظمة ، أي أنها غير مرتبطة بالأنظمة واللوائح والقوانين والدور الرسمي الذي يؤديه الفرد في المنظمة ، بل هي نابعة من إنتماء الفرد للمنظمة التي يعمل فيها وولائه وحبه لها ، وتشتمل هذه السلوكات على مايلي :

- التفاني في العمل ، أي الأداء فوق ما يطلبه الوصف الوظيفي للعمل .
- التسامح والروح الرياضية والتأقلم مع أي وضع .
- تفضيل المصلحة العامة على المصلحة الشخصية .
- الإلتزام الطوعي أو الوجداني .
- الخوف على سمعة المنظمة وممتلكاتها .
- شعور الفرد بأنه جزء من المنظمة ومستقبله مرتبط بها وبنجاحها .

وتنشأ المواطنة نتيجة لإستراتيجية تحفيز مادي ، ومعنوي ، وفكري جيدة تقوم المنظمة بتنفيذها ، وجعل المورد البشري شريكاً وليس أجيراً وجزءاً من رسالتها وفلسفتها الإدارية .

83-Organizational Climate **المناخ التنظيمي**

ويقصد به البيئة الداخلية التي يمارس فيها العاملون أعمالهم ومهامهم داخل المنظمة . وينقسم هذا المناخ إلى قسمين : الأول مادي ويسمى بظروف ومناخ العمل المادي كالإضاءة ، التهوية ، النظافة ....الخ . الثاني ويمثل بيئة العمل النفسية والاجتماعية التي تشتمل على طبيعة العلاقات الإجتماعية بين العاملين ، طبيعة معاملة الإدارة لهم ، النظرة إليهم ، الصراع التنظيمي ...الخ. والمناخ التنظيمي إما أن يكون إيجابياً يساعد على العمل أو العكس سلبياً .

84-Organizational Commitment **الإلتزام التنظيمي**

يقصد به طاعة العاملين وإمتثالهم لأنظمة وسياسات المنظمة وقواعد العمل فيها ، والمحافظة على سمعتها

وممتلكاها ، وطاعة الأوامر ، وتنفيذ التوجيهات ، وأداء العمل وفق ما هو مخطط ومرسوم له . والإلتزام إما أن يكون نابعاً عن رغبة وقناعة شخصية من الفرد وحبه للمنظمة وعمله فيها وهنا يكون مصدره شعوره بالإنتماء والولاء لها ، أو يكون نابعاً من طمع الفرد بالحوافز المالية والترقية ..الخ ، أو تفادياً للعقوبات المسلكية . لا شك أن الإلتزام الأول هو الأفضل ، لأنه نابع من مصدر عاطفي ووجداني وعن قناعة .

85-Organizational Communication — الإتصال التنظيمي

ويسميه بعضهم بالإتصال المؤسسي ، ويمثل جميع أنواع الإتصال الإنساني الرسمي وغير الرسمي التي تحدث داخل المنظمات ، عبر هياكلها ومستوياتها التنظيمية ، وفي كافة الإتجاهات العمودية والأفقية ، وعلى المستوى الفردي والجماعي ، وبإستخدام وسائل إتصال سمعية ، بصرية ، كتابية ، شفهية ، من أجل تسيير العمل داخلها وتحقيق التفاعل الإنساني والإجتماعي بين العاملين فيها رؤساء ومرؤوسين .

86-Organizational Conflict — الصراع التنظيمي

يعبر عن حالة من عدم الإتفاق أو الإختلاف بين شخصين أو أكثر ، أو بين جماعتين وأكثر ، أو بين العاملين وإدارة المنظمة ومالكيها . إذاً يحدث الصراع التنظيمي على مستويين هما :

- بين الأفراد بسبب خلاف في الرأي ، أو تضارب المصالح ، أو إختلاف القيم والعادات ، أو إختلاف الدين . ومن مظاهره السلبية عدم التعاون ، وضعف التنسيق ، والإنعزالية بين أعضاء الجماعة .
- بين العاملين والمنظمة (مالكوها وإدارتها) : ويشير إلى سوء العلاقة بينهما ، ويحدث بسبب عدم رضى العاملين عن سياسات المنظمة في مجال التوظيف وخاصة الحوافز والمزايا الوظيفية ، وسوء المعاملة ...الخ . وينتج عن هذا الصراع عدم الرضى الوظيفي ، وضعف الولاء والإنتماء لدى العاملين للمنظمة ، وضعف الفاعلية التنظيمية . ويشير المختصون في مجال التنظيم إلى أن الصراع التنظيمي هو أحد المسببات الرئيسة لضغط العمل لدى العاملين .

87-Organizational Culture — الثقافة التنظيمية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Organization Culture

ثقافة المنظمة

88-Organizational Decisions — القرارات التنظيمية

هي تلك القرارات التي يصنعها المديرون في حدود سلطتهم الرسمية داخل المنظمة ، أي ضمن الحدود التي وضعتها لهم السلطة القانونية (أو الرسمية) ، وهي تتعلق بالأمور التي تسير العمل وتدفعه للأمام

داخل المنظمة ، وهذه القرارات يمكن تفويض سلطة صنعها للآخرين أي المرؤوسين دون الإخلال بمبدأ أن المسؤولية لا تفوض . إذاً نجد أن القرار التنظيمي ينعكس أثره على الآخرين داخل المنظمة ، فعندما يُتخـــذ قرار بمنح العاملين في إدارة التسويق مكافأة مالية ، نجد أن هذا القرار قد إنعكس على العاملين في التسويق فقط .

89- Organizational Development (OD) — التنمية التنظيمية

هي أحد أشكال تنمية الموارد البشرية تأخذ شكل برامج عامة تشمل جميع العاملين في المنظمة ، وتسعى إلى تغيير الإتجاهات والإدراكات والسلوكات والتوقعات لدى العاملين بوجه عام والمديرين في الإدارة العليا بشكل خاص ، من أجل تأسيس سلوكات لدى الموارد البشرية في المنظمة تتوافق مع رسالتها وثقافتها التنظيمية وإستراتيجيتها المستقبلية . لذلك تسعى التنمية التنظيمية إلى إزالة كل العوائق التي تحول دون نمو وتطور الموارد البشرية ، عن طريق إحداث التوافق في إتجاهات وأنماط وسلوك العاملين وإدراكاتهم وصهرها في نمط سلوكي وإتجاه واحد يخدم أهداف المنظمة ووجودها . ويمكن القول أن جهود (OD) قائمة على إفتراض أن كل من يعمل في المنظمة لديه الرغبة والحاجة القوية ليتطور وينمو ، ليكون مقبولاً من قبل الآخرين في المنظمة ومن قبل المنظمة نفسها أو ذاتها .

90-Organizational Effectiveness — الفاعلية التنظيمية

تتشكل الفاعلية التنظيمية للمنظمة من أربع عناصر أساسية هي :

- الجودة : وتعبر عن مستوى أو مدى الدقة والإتقان في إنجاز العمل وقدرتها على إحداث الرضى والسعادة لدى الزبون ولدى العاملين في الأقسام والإدارات المشتركين في إنجاز مراحل العمل.
- التكلفة : وتعبر عن المقارنة بين تكلفة إنجاز العمل مع مستوى الجودة المحقق ، ففاعلية التكلفـــة تعني أن نحقق أعلى جودة بأقل تكلفة ممكنة .
- الإبداع : ويعبر عن الأفكار الجديدة والتحسينات المستمرة التي تُدخل على العمل والإنتاج داخل المنظمة .
- التكيف : ويعبر عن قدرة المنظمة والعاملين فيها على التأقلم والتصدي لكافـــة التغيرات التي تحدث في بيئة المنظمة الداخلية والخارجية .

91-Organizational Fit Criterion — معيار الملاءمة التنظيمية

هي أحد المعايير المستخدمة في إختيار وتعيين الموارد البشرية في المنظمات ، حيث تجري مقارنة الخصائص الشخصية التي يحملها المتقدم لطلب التوظيف مع ثقافة المنظمة التنظيمية وما تشتمل عليه من قيم وعادات

وقواعد سلوكية تحكم وتوجه السلوك الإنساني فيها . فمن خلال المقارنة يمكن الحكم على طالب التوظيف في ما إذا كان بإمكانه التعايش مع هذه الثقافة ومع الآخرين أم لا، فالتعايش هنا مطلب يجب تـوفره فيـه لقبوله للتعيين ، وبالتالي تعتبر الملاءمة التنظيمية قاسم مشترك بين جميع العاملين في المنظمة .

92-Organizational Frustration الإحباط التنظيمي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Frustration

الإحباط

93-Organizational Functional Structure الهيكل التنظيمي الوظيفي

أحد أنماط تصميم هياكل المنظمات التنظيمية ، حيث يقسم نشاط المنظمة بموجبه إلى نشاطات أو وظائف رئيسة وفرعية يؤديها أو ينفذها وحدات إدارية متخصصة مثل : وظيفة (إدارة) الإنتاج ، وظيفة التسويق ، وظيفة الشراء ...الخ ، وبالتالي تجمع الإدارة الواحدة أو الوحدة الإدارية رئيساً ومرؤوسين متخصصون في مجال عملها .

94-Organizational Justice العدالة التنظيمية

معاملة القوى العاملة من قبل إدارة المنظمة التي يعملون فيها معاملة تتصـف بالإنصـاف والمسـاواة . فالإنصاف يعني أن يعامـل الفرد ويكافئ على قدر جهده ونشاطه وعمله ، أما المساواة فتعني أن يعامـل الجميع معاملة واحدة بشأن الحوافز والعقوبات .

95-Organizational Liquidity السيولة التنظيمية

مفهوم تنظيمي يشير إلى تفعيل الإتصال غير الرسمي بين المديرين والرؤساء ومرؤوسيهم ، ووضع حد للرسميات بين المستويات التنظيمية التي يشتمل عليها هيكل المنظمة التنظيمي ، فالرسميات Formalities تشكل عائقاً أمام تدفق سير العمل عبر هذه المستويات ، وتخلق فجوة وبعداً في العلاقة بين المديرين والرؤساء ومرؤوسيهم .

96-Organizational Loyality الولاء التنظيمي

إستجابة عاطفية ، نفسية ، إيجابية تحدث لدى العاملين في المنظمة ، نتيجة تقييمهم العام لما تقدمه لهم مـن إشباع مادي ومعنوي لحاجاتهم ورغباتهم المختلفة ، مما يحدث إتجاهاً وسلوكاً إيجابياً نحوها ونحـو عملـهم فيها، فيشعرون بانتماء وإرتباط بها وإلتزام نحوها ونحو وظائفهم التي يؤدونها فيها . في ضوء ذلـك يحـدث الولاء إذاً عندما تحقق المنظمة ما كان يتوقعه العاملون منها ، أي تحقيق أهدافهم ورغباتهم ، حيـث كلمـا كانت درجة التحقيق عالية زادت درجة الولاء . وتجدر الإشارة إلى أن درجة الولاء متفاوتة بين العاملين ،

وذلك بسبب الفروقات الفردية بينهم مثل : الشخصية ، العمر، الجنس ، التعليم ، الثقافة ، الإتجاهات ، القيم نحو العمل ....الخ .

97-Organizational Manual الدليل التنظيمي

كتيب يشتمل على معلومات تتعلق التعريف بالمنظمة : إسمها ، عنوانها ، تاريخ تأسيسها ، رسالتها ، ثقافتها التنظيمية ، أهدافها ، إستراتيجيتها ، تقسيماتها الإدارية ومهامها وسلطاتها ..الخ . وبالتالي فالدليل التنظيمي هو عبارة عن بطاقة شخصية تميز المنظمة عن باقي المنظمات .

98-Organizational Master Chart الخريطة التنظيمية الرئيسة

ويسميها بعضهم بالخريطة التنظيمية الأساسية أوالشاملة ،وتقسيماتها الإدارية الرئيسة فقط دون فروعها.

99-Organizational Planning التخطيط التنظيمي

يشتمل التخطيط التنظيمي على الجوانب الأساسية التالية :

- تحديد وظائف المنظمة الأساسية وفروعها في ضوء أهدافها .
- رسم الخريطة التنظيمية .
- وضع الوصف التنظيمي (تحديد مهام وصلاحيات الوحدات التنظيمية وعلاقاتها ببعضها).
- وصف الوظائف لتحديد دور الأفراد .
- وضع الدليل التنظيمي .
- وضع سياسات العمل .
- وضع طرق وإجراءات العمل .

100-Organizational Politics التسييس التنظيمي

ظهر هذا المصطلح في الستينات ويشير مفهومه إلى مايلي : مجموعة الأساليب والمواقف التكتيكية التي يلجا إليها العاملون في المنظمات ، لإخفاء مقاصدهم ونواياهم التي لا تسمح القوانين والثقافة التنظيمية والأعراف بالإفصاح عنها ، أو التي لا يرغبون بالكشف عنها ، لما يترتب من ضرر أو عداء أو مساءلة . وتتسم هذه الأساليب عادة بالتستر ، والإدعاء ، واللف والدوران وغيرها من تصرفات ، تجعل أفرادها يظهرون على خلاف حقيقتهم .

101-Organizational Resources الموارد التنظيمية

تمثل هذه الموارد ما تمتلكه المنظمة من إمكانات وقدرات تُمكنها من إغتنام الفرص ومواجهة المخاطر البيئية . وتنقسم الموارد إلى قسمين : موارد بشرية وتمثل الكفاءات والمهارات الإنسانية التي تعمل في المنظمة ، وموارد مادية مثل رأس المال ، البحوث ، الموارد التسويقية ، نظم المعلومات ...الخ .

102-Organizational Stability Strategy **إستراتيجية الإستقرار التنظيمي**

هي إحدى الإستراتيجات التنظيمية التي تؤكد على ما يلي : إذا كان هناك شيء ما غير سليم ولا جدوى منه من مكونات المنظمة ، فلا نحاول إصلاحه ، بل نغيره أو نتخلص منه ، وبالتالي فهذه الإستراتيجية تساعد المنظمة وعلى المدى الطويل على تحقيق الإستقرار في أدائها التنظيمي ، وترفع من وتيرة العمل ومستوى جودته ، بسبب عدم وجود شيء غير سليم في مكونات العمل والتنظيم .

103-Organizational Stress **الضغوط التنظيمية**

مجموعة من المتغيرات أو الظواهر التنظيمية التي تُحدث جواً يسوده التوتر والقلق والإضطراب لدى العاملين في المنظمة ، ومن هذه المتغيرات على سبيل المثال : عدم توفر الأمان الوظيفي وخشية العاملين من التسريح ، أو الإحالة المبكرة على التقاعد ، وعدم توفر الجو الديموقراطي والحرية والمرونة في العمل...الخ.

104-Organizational Supplementary Chart **الخريطة التنظيمية التكميلية**

هي التي تعرض جزءاً من هيكل المنظمة التنظيمي ، أي أنها توضح هيكل إحدى الإدارات الرئيسة (الإنتاج ، أو التسويق ...الخ) أو الفروع بكامل تقسيماتها الإدارية .

105-Organizational Technological Competence **الكفاءة التنظيمية التكنولوجية**

هي نتاج لوحدة البحث العلمي في المنظمة الذي تحققه مجموعة الباحثين الذين يعملون في هذه الوحدة الإدارية . ويتمثل هذا النتاج بالإبداعات والإختراعات التي يتوصل لها هؤلاء البحاثة ، من أجل تقديم منتجات أو خدمات جديدة ، أو تحسين الحالية ، من أجل زيادة عدد الزبائن ، والحصول على حصة أكبر من السوق ، وبالتالي النجاح والإستمرار .

106-Organizational Transformational Strategy **إستراتيجية التحول التنظيمي**

طُرح هذا المصطلح في الثمانينات على أنه إحدى إستراتيجيات التطوير التنظيمي ، وقد رُمز له بحرفين هما (OT) . ويشير مضمون هذه الإستراتيجية إلى التغيير الجذري والتحول السريع الواسع النطاق ، الذي من شأنه أن يغير تعامل المنظمة مع بيئتها ، أو يقلب تقنياتها وأساليب عملها رأساً على عقب ، والذي من شأنه أنه يجعلها تتحول إلى منتجات أو خدمات جديدة . إذا هي إستراتيجية ثورية في حجم التغيير وسرعته.

107-Organized Financial Market **سوق مالي منظم**

هو أحد السوقين اللذين يتكون منهما السوق المالي الثانوي (أو سوق التداول) ، وهو السوق الذي يتم فيه تداول الأوراق المالية التي تم إصدارها من قبل . ويحكم التداول في السوق المنظم ، مجموعة الأنظمة والإجراءات الرسمية ، ويقتصر التعامل فيه على الأوراق المسجلة لديه .

108-Organized Organizational Conflict	صراع تنظيمي منظم

هو مؤشر على ضعف أو سوء العلاقة بين إدارة المنظمة والعاملين لديها ، ويعبر عن عمل أو إجراء أو تصرف أو موقف مخطط ومعد له مسبقاً ومتفق عليه من قبل جماعة من العاملين أوكلهم ، لمجابهة سياسة إدارة المنظمة في التعامل معهم ، التي لا تلقى الرضى والقبول من قبلهم . ويترجم هذا الصراع إلى إتخاذ موقف موحد حول تخفيض الإنتاج ، أو الإضراب عن العمل ...الخ .

109-Organizing	التنظيم

هو أحد عناصر أو مكونات العملية الإدارية أو وظائف المديرين والرؤساء (تخطيط ، تنظيم ، توجيه ، رقابة) ويشتمل على تحديد الإختصاصات ، والسلطات ، وتوزيع المهام بشكل متوازن ، وتحديد العلاقات لتنسيق سلوك مجموعة من الأفراد (المرؤوسين) بقصد تحقيق هدف محدد .

110-Originality	الأصالة

هي تعبير عن قدرة الفرد على الإتيان بشيء جديد مبتكر لم يصل إليه أحد من قبل ، في مجال العمل والبحث العلمي .

111-Orientation	التأهيل الأولي (المبدئي)

يسميه بعضهم بالتدريب الأولي ، لكن هناك إجماع على أنه تعلم أكثر من كونه تدريب ، وهو عبارة عن برامج تصممها المنظمات من أجل تأهيل العاملين الجدد الذين جرى تعيينهم فيها مؤخراً ، للإنضمام والعمل في الوظائف التي جرى تعيينهم فيها . ويتضمن برنامج التأهيل عادة أموراً أساسية هي : إحداث التكيف الإجتماعي لدى العاملين الجدد مع بيئة وجو العمل في المنظمة ، وتعليمهم ممارسة مهام وظائفهم ، وتزويدهم بمعلومات عامة عن المنظمة تتعلق برسالتها ، وثقافتها التنظيمية، وأنظمتها وسياساتها وإجراءاتها، وهيكلها التنظيمي ، والحقوق التي يتمتعون بها والمقدمة لهم من قبل المنظمة .

112-OSCAR	مبادئ الإدارة في النظرية الكلاسيكية

كل حرف من حروف هذا المصطلح يشير إلى مبدأ أساسي نادت به النظرية الكلاسيكية في الإدارة ، وفيما يلي معنى كل حرف :

- الأهداف **Objectives.**
- التخصص **Specialization.**

- التنسيق Co-Ordination .
- السلطة Authority .
- المسؤولية Responsibility .

البريد الصادر 113- Outgoing Mail

هو أحد المصطلحات المستخدمة في مجال السكرتارية والمحفوظات ، ويقصد به كافة مراسلات المنظمة الموجهة لجهات خارجية .

الإعلان عن طريق الملصقات واللافتات 114-Outdoors Advertising

يشتمل هذا الإعلان على اللافتات التي توضع في الأماكن العامة ، والملصقات التي تلصق على وسائل النقل عادة ، والإعلان هنا عبارة عن فكرة محددة وواضحة وبسيطة يراد نقلها إلى الجمهور المستهدف . ويركز هذا الإعلان في العادة على الصورة والألوان والإضاءة أكثر من الرسالة النصية ، لأن الجمهور لا يكون لديه متسع من الوقت عادة ليقرأ الرسالة النصية الطويلة الموجودة في الإعلان وهو يمشي في طريق عام أو بمرور حافلة أمامه .

التدريب الخارجي 115-Outdoor Training

هو ذلك التدريب الذي يتم أو ينفذ خارج المنظمة وهو نوعان : الأول أن تقوم المنظمة نفسها بتصميم برنامج تدريبي وتنفذه في مكان معين خاص خارجها في فندق مثلاً أو في بيئة طبيعية حسب نوعية المادة التدريبية . والثاني أن ترسل متدربيها إلى مراكز تدريب متخصصة لحضور برامج تدريب خاصة تتوافق مع إحتياجاهم التدريبية . إذاً التدريب خارج أبواب المنظمة تفرضه في الغالب طبيعة المادة التدريبية التي يشتمل عليها برنامج التدريب .

التسريح من العمل 116-Outplacement

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Layoff

التسريح

مساعدة التعيين الخارجي 117-Outplacement Assistance

خدمة تقدمها المنظمات للعاملين الذين إستغنت عن خدماقم لديها ، وذلك بالبحث عن فرصة عمل لهم في منظمة أخرى .

مخرجات 118-Outputs

هي حصيلة ميكانيكية (آلية) أي نظام التي تشتمل على أربعة عناصر هي : المدخلات ، أنشطة أوعمليات تحويل المدخلات ، التي ينتج عنها مخرجات على شكل سلعة أوخدمة أو معلومة ...الخ صالحة للإستخدام ، ثم التغذية العكسية المرتدة .

119-Outsoursed Training التدريب الخارجي في مراكز تدريب متخصصة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Outdoors Training

120-Outsourcing مصادر موارد الخدمات الخارجية

مصطلح يعبر عن توجه ظهر في المنظمات في الآونة الأخيرة مفاده : أن المنظمات وفي سبيل تخفيض تكاليفها وزيادة قدرتها على المنافسة ، لجأت إلى منظمات أخرى ذات تخصص عالي من أجل أن تؤدي لها خدمة معينة أو تنتج لها قطعة أو جزء من منتجها بتكلفة أقل عن ما إذا أرادت هي بنفسها أن تؤدي الخدمة أو إنتاج الجزء . فعل سبيل المثال وليس الحصر ، لجأت العديد من المنظمات إلى الإستغناء عن عمال خدمات النظافة لديها وأوكلت هذه الخدمة إلى شركات متخصصة في أعمال التنظيف ، أو أن تسند المنظمة مهمة إستشارية في مجال معين إلى منظمة إستشارية متخصصة لدراستها و إبداء الرأي فيها ، بدلاً من تعيين إستشاريين لديها لأداء هذه المهمة الإستشارية .

121-Overall Cost Leadership Strategy إستراتيجية قيادة التكلفة الكلية

توجه تهدف المنظمة من ورائه إلى تحقيق ميزة تنافسية على الآخرين في مجال خفض تكلفة الإنتاج والعمل، بحيث يكون بإمكانها بيع منتجها أو خدمتها بسعر أقل من المنظمات المنافسة ، مما يمكنها من كسب حصة سوقية أكبر وتحقيق عائد إستثمار أعلى . ولتخفيض التكلفة وجوه كثيرة يجب دراسة إنعكاسات كل منها . فعلى سبيل المثال تخفيض جودة المنتج هو أحد وسائل التخفيض لكنه يضر بمستوى رضى الزبائن مستقبلاً ، لذلك يجب البحث عن وسائل أخرى أفضل ليس لها منعكسات سلبية ، ومن أبرز هذه الوسائل هي ترشيد الإنفاق الجاري ، والإستهلاك ، والحد من الهدر والإسراف دون مبرر ، التي تسمى جميعها بالتكلفة السلبية .

122-Overcontrol الرقابة الزائدة

هي التي تتصف بتعددية الإجراءات والمستويات الرقابية اللا لزوم لها ، بشكل تعيق معه سير العمل وتؤخره ، وتشكل عبئاً يثقل كاهل المنفذين للأعمال دون ضرورة . ويمثل هذا التوجه في مجال الرقابة ، الرقابة التقليدية والبيروقراطية التي تقوم على مبدأ عدم الثقة والشك في كل شيء .

123-Overdraft Account **الحساب الجاري المدين**

هو الحساب المصرفي الذي يسمح المصرف بموجبه لعميله أن يسحب مبالغ محددة تتجاوز رصيد حسابه لديه وفق ترتيبات معينة ، ولا يعطي المصرف هذا النوع من الحسابات عادة إلا لعملائه المليئين ، والذين مضى على تعاملهم معه فترة طويلة من الزمن ، وكانوا أصحاب سمعة وتعامل حسن معه خلال هذه الفترة.

124-Overdraw **سحب على المكشوف**

هو سحب المودع لشيك على المصرف المتعامل معه ، متجاوزاً رصيد حسابه لديه ، أو للتسهيلات المقررة له أساساً .

125-Overemployment **عمالة فائضة**

ويقصد بها اليد العاملة أو قوة العمل الزائدة عن حاجة العمل في المنظمة ، وتحدث هذه الزيادة عندما يكون عبء أو كمية العمل أقل من قوة العمل .

126-Over head Price **سعر زائد**

هو سعر السلعة الزائد عن سعر السلع المماثلة لها في السوق ، أي أن سعرها أكبر من السعر السائد أو الرائج في السوق للسلع المماثلة لها وهو سعر المنافسة .

127-Over liquidity **سيولة زائدة**

ويقصد بها نقدية جاهزة فائضة عن حاجة العمل والمنظمة ، بمعنى آخر أن النقدية المتاحة أو المتوفرة في المنظمة هي أكبر من حاجة إنفاقها الجاري ، ومعروف أن نسبة السيولة المعيارية التي يجب أن تكون في المنظمات هي (1:1) أي أن كل وحدة نقدية من الإلتزامات الجارية أو المتداولة يقابلها وحدة نقدية من السيولة .

128-Overmanned Occupations **وظائف فيها فائض عمالة**

هي الوظائف التي يحتاج تنفيذ عبء أو كمية عملها إلى عدد عاملين أقل مما هو موجود أو يعمل فيها فعلياً ، فإذا كان عبء العمل في وظيفة ناسخ على الحاسوب يحتاج إلى خمسة ناسخين ، وكان عدد من يعمل فعلياً في هذه الوظيفة سبعة مثلاً ، إذاً يوجد فائض عدده ناسخين في هذه الوظيفة .

129-Overtime Wage **أجر إضافي**

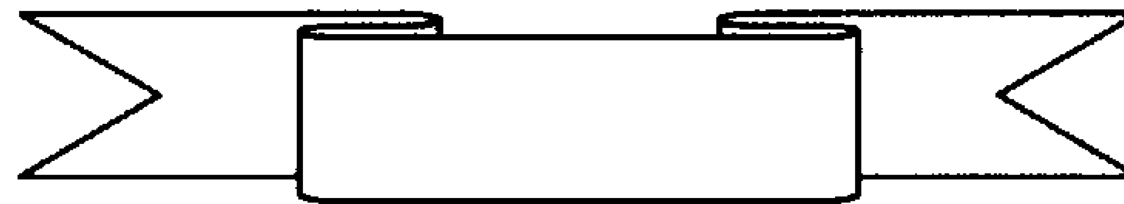
مبلغ من المال يُدفع للعاملين في المنظمة إضافة إلى راتبهم أو أجرهم ، لقاء تكليفهم بعمل إضافي خارج مواعيد العمل الرسمية ، وسواء أكان هذا العمل يدخل ضمن نطاق عملهم الأصلي أو لا يدخل ، وبالتالي لا يستحق الفرد هذا الأجر إلا في حالة تكليفه بالعمل الإضافي ، أي أنه لا يدخل ضمن راتبه أو أجره الأساسي .

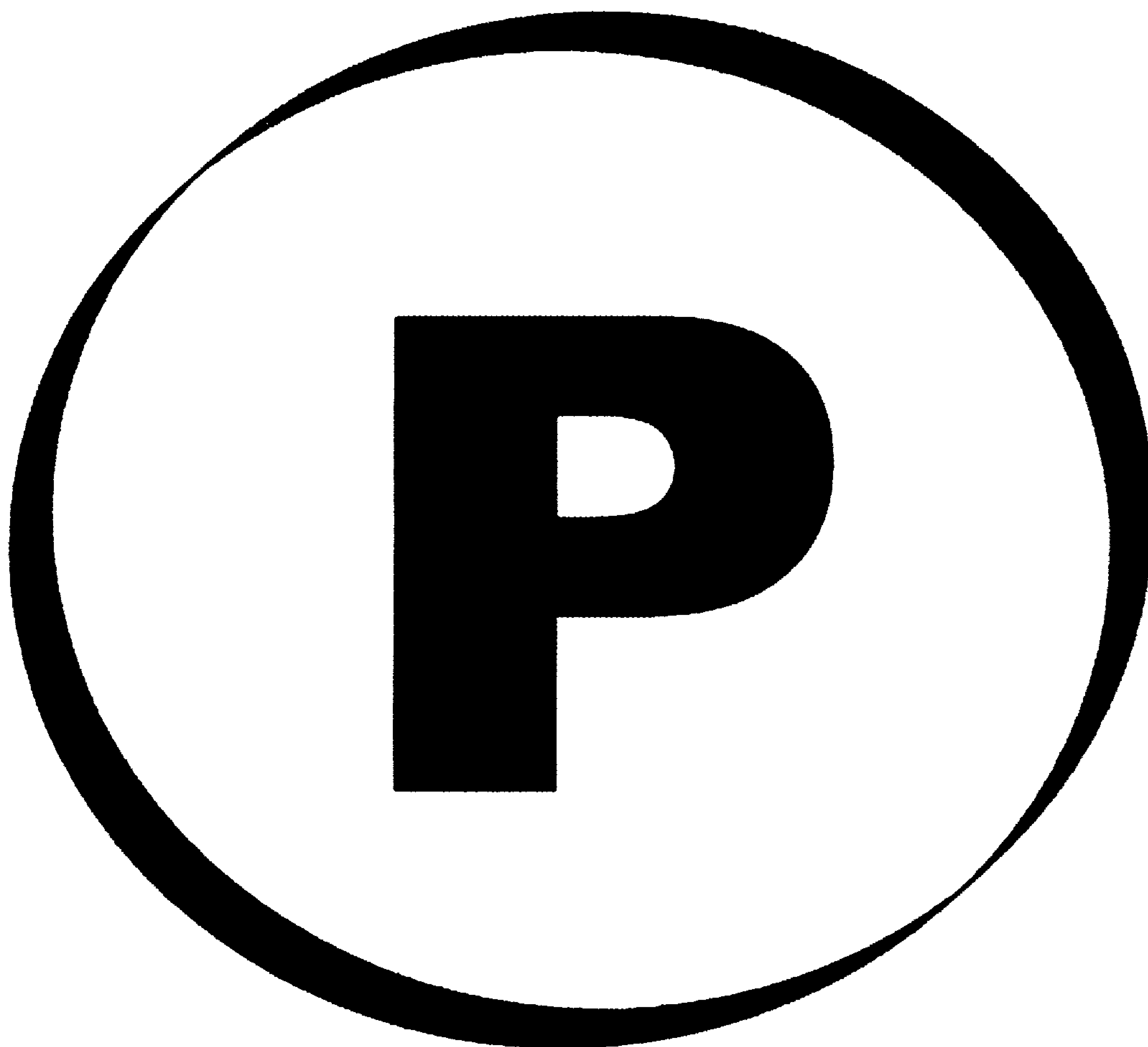
130-Overtime Work — العمل الإضافي

هو العمل الذي يكلف العامل أو الموظف بتنفيذه لفترة زمنية محددة ، وذلك بعد إنتهاء موعد العمل الرسمي ، ولا يشترط أن يكون تنفيذ هذا العمل داخل المنظمة بل يمكن أن يكون خارجها . وينفذ العمل الإضافي في العادة في نفس اليوم بعد إنتهاء ساعات العمل الرسمية ، ويمكن أن ينفذ أيضاً أيام العطلة الرسمية يوم الجمعة والأحد .

131-Owner-Manager — المالك المدير

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة المشروعات الصغيرة ، ليعبر عن أن مالك المشروع ومؤسسه هو بنفسه يديره ولا يستعين بأحد في مهمة إدارته نيابة عنه . وهنا يتوجب أن يتوفر لدى المالك المقدرة والخبرة الإدارية اللازمة ليتمكن من إدارة مشروعه بكفاءة وفاعلية .





1-Pacestting Leadership Style — نمط القدوة القيادية في الأداء العالي المستوى

أحد أنماط القيادة الإدارية التي بموجبها يقوم القائد بوضع معايير أداء عالية المستوى لنفسه ، ليشجع مرؤوسيه بأن يضعوا لأنفسهم أيضاً معايير أداء عالية المستوى . هذا الأمر يتطلب توفر تحفيز ذاتي عالي المستوى لدى المرؤوسين ، ووجود ولاء ومحبة لقائدهم ، لكي يخلق ذلك لديهم الإلتزام الطوعي تجاه العمل.

2-Packaging of Good — تغليف السلعة

الغلاف هو العبوة (أوالحاوية) التي توضع فيها السلعة لتقدم إلى السوق والمستهلك ، وهي ليست مسألة غلاف من الكرتون أو إناء زجاجي أو بلاستيكي توضع فيه ، بل هي عملية فنية يراعى فيها جوانب نفسية لجذب المستهلك للشراء . فالتسويق المعاصر ينظر اليوم إلى الغلاف أو العبوة على أنها صورة مرئية ورمز يدل على السلعة تجذب المستهلك لشرائها ، لذلك يجب أن تثير في نفسه الفضول ليعرف ما في داخلها ، وأن تخلق لديه إنطباعاً أولياً عن مستوى جودتها ، فالعبوة الأنيقة لها تأثير إيجابي فيه توحي له بأن السلعة التي بداخلها ذات جودة عالية ، وقد سماها بعضهم بأنها أداة تسويق وبيع صامتة . وبوجه عام تؤخذ الأمور التالية بالإعتبار عند تصميم غلاف السلعة :

- جذب إنتباه المستهلك وإثارة فضوله .
- تمييز السلعة عن باقي السلع المنافسة .
- توفير الحماية للسلعة .
- إستفادة المستهلك من العبوة في أمور أخرى .
- أنيقة لتوحي للمستهلك عن مستوى جودة السلعة التي في داخل العبوة عالياً .

3-Packing List of Goods — قائمة تعبئة البضاعة

يستخدم هذا المصطلح في عمليات شحن البضائع ويشير معناه إلى قائمة تتضمن تفاصيل وأرقام الطرود المعبأة فيها البضاعة ومحتويات كل منها .

4-Paid Time Away From Work — راتب أو أجر الزمن الذي يكون العامل بعيداً عن العمل

يصنفه المختصون ضمن بنود التعويض غير المباشر أوأحد المزايا الوظيفية الإضافية التي تقدمها المنظمات للعاملين فيها كحوافز غير مباشرة ويمثل ما يلي :

- راتب عدد أيام الإجازة المرضية .
- راتب الإجازة الطارئة .

- راتب الإجازة الساعية .
- راتب زمن توقف العمل لإعادة تجهيزه ثانية .
- راتب زمن الراحة أثناء العمل .

الإجازة الإضافية المدفوعة الراتب أو الأجر 5-Paid Time Off

عدد محدد من الأيام أو ساعات العمل تسمح المنظمات لجميع العاملين لديها بالإنقطاع عن أعمالهم على شكل إجازات ممنوحة لهم براتب أوأجر ، وذلك إضافة لعدد أيام إجازاهم الإدارية السنوية المنصوص عنها في قوانين وتشريعات العمل الحكومية ، وذلك كمنحة أو ميزة وظيفية تقدمها لهم سنوياً ولمرة واحدة أو بشكل دوري مستمر . ومثال عن هذه الإجازات ما يلي : إجازة الحج (لمرة واحدة) ، إجازة الأمومة للنساء ، الإجازات الدينية كعيد الفطر ، والميلاد ، ورأس السنة ...الخ .

العطلة المدفوعة الراتب أو الأجر 6-Paid Vacation

إتجاه سائد لدى بعض المنظمات بمقتضاه تدفع للعاملين لديها ضعف (أحياناً أقل أو أكثر) راتب أو أجر أيام إجازاهم السنوية أو إجازات العطل الرسمية إذا عملوا فيها ولم ينقطعُ عن أعمالهم . في هذه الحالة يكون الفرد قد فضل الإستفادة من المال بدلاً من الراحة والإستجمام . وتجدر الإشارة إلى أن الحصول على هذه الميزة طوعي يتوقف على رغبة العاملين .

أسلوب المقارنة المزدوجة 7-Paired Comparison Method

أحد الأساليب التقليدية المستخدمة في عمليات التقييم وبشكل خاص في تقييم أداء الموارد البشرية في المنظمات . ويتم التقييم بموجب هذا الأسلوب وفق الأسس التالية :

- يجري التقييم لمجموعة عناصرها (أفراد ، أشياء) متشابهة وليست متماثلة .
- لا يتم تقييم عناصر المجموعة بشكل إفرادي أي كل عنصر على حده (العنصر ليس وحدة تقييم مستقلة) ، بل بمقارنة العناصر مع بعضها لإختيار الأفضل منها .
- يتم التقييم بشكل كلي أي مقارنة العنصر ككل مع العناصر الأخرى ككل .
- تقسيم عناصر المجموعة إلى ثنائيات تضم كل واحدة عنصرين من عناصر المجموعة ، بشرط تحقيق مقارنة العنصر الواحد مع جميع العناصر الأخرى مثال : لدينا مجموعة مكونة من أ ، ب ، ج فتكون الثنائيات كما يلي : (أ مع ب) ، (أ مع ج) ، (ب مع د) .
- تقيم كل ثنائية على حده وعن طريق المقارنة يُنتقى عنصر واحد على أنه الأفضل .

بعد إنتهاء المقارنات والتقييم الثنائي ترتب عناصر المجموعة حسب أفضليتها ، والعنصر الأفضل هو الذي يُقيم ويُنتقى بعدد مرات أكثر من باقي العناصر ، فالذي إنتقي في مثالنا السابق مرتين يأتي ترتيبه

الأول من حيث الكفاءة أو الأفضل ، والذي إنتقي مرة واحدة يكون ترتيبه الثاني ، والذي لم يُنتــق ولا مرة يأتي ترتيبه في الأخير .

8-Paperless Management — الإدارة اللاورقية

هي الإدارة التي تعتمد في تنفيذ أعمالها الإجرائية وتبادل المعلومات داخل المنظمة وخارجها على الحاسبات الإلكترونية وشبكات الأعمال التي هي :

- شبكة الإنترانيت : وهي شبكة إتصال تربط الحاسبات الموجودة داخل المنظمة ، بحيث تُمكن العاملين الإتصال ببعضهم والحصول على المعلومات التي يريدونها دون أوراق .
- الإكسترانيت : التي تسمح للزبائن والموردين وللآخرين الدخول إلى شبكة معلومات المنظمة والحصول على ما يلزمهم من معلومات (دون المعلومات المحجوبة) .
- شبكة الإنترنيت : التي تمكن الدخول على مواقع كثيرة خارج المنظمة للحصول على المعلومات .

9-Paradox of Thrift — معضلة الإدخار (الإقتصاد)

يشير مفهوم هذه المعضلة إلى مايلي : إن إنفاق وحدة نقدية من قبل شخص ما يمثل دخلاً بقيمة وحــدة نقدية لشخص آخر والعكس من ذلك صحيح . فإدخار وحدة نقدية من قبل شخص ما ، هذا يعني نقصــاً قدره وحدة نقدية في دخل شخص آخر . فزيادة معدل الإدخار سيؤدي إلى إنخفاض معــدل الإســتهلاك بسبب صغر حجم الكتلة النقدية ، الذي بدوره سيقود إلى نقص في معدل الطلب العــام علــى الســلع والخدمات ، مما يسبب ركوداً إقتصادياً . لذلك يجب التشجيع على إستثمار المدخرات ، من أجل زيــادة حجم الإستثمارات وتحقيق النمو الإقتصادي .

10-Parekson Rule of Time — قاعدة باركسون عن الزمن

تستخدم هذه القاعدة في مجال إدارة الوقت ومفادها : أنه عندما يكون هناك موعــد أو تــاريخ محــدد لإنجاز العمل أو الإنتهاء من مهمة معينة ، يتوجب علينا البدء مباشرة بالعمل أو التنفيذ وإن كــان لــدينا متسع من الزمن للإنجاز، وعدم تأجيل البدء لحين إقتراب موعد إنتهاء الإنجاز ، لأن الوقــت يكــون قــد أدركنا ، وأية مشكلة تحدث ستأخر إنجازنا للعمل أو المهمة .

11-Parity of Authority and Responsibility — تكافؤ السلطة والمسؤولية

هي إحدى مبادئ الإدارة فمن أجل تحقيق تفويض فعال للسلطة ، يجب أن تكون الســلطة الممنوحــة أو المفوضة للمرؤوس معادلة ، أو على قدر المسؤولية المسندة إليه ، وبالتالي فيؤكد مفهوم التكافؤ ويأخــذ في إعتباره أن السلطة المفوضة يجب أن تكون ضمن نطاق كاف يسمح معه إنجاز المهمة المسندة (المسؤولية) . فيظهر الإخلال بمبدأ التكافؤ مثلاً عندما يُمنح المرؤوس سلطة قليلة جداً من أجل إنجاز عمل ما مسند إليه،

فالمدير الذي عليه إستشارة رئيسه الأعلى قبل صنعه القرارات الروتينية المناسبة تكون سلطته محدودة غير كافية . وكذلك المدير الذي يُكلف ويكون مسؤولاً عن إنتاج المنشأة ضمن تكلفة محددة وشروط نوعية ، يجب أن يكون قادراً ولديه السلطة الكافية لصنع القرارات المتعلقة بشراء المواد الخام وصيانة التجهيزات ، وإختيار وتدريب الأفراد، وتقرير الأساليب الأكثر فاعلية في التصنيع . وبإختصار فإن السلطة الممنوحة له يجب أن تكون في نطاق كاف ليقوم بإنجاز الأنشطة المتعلقة به .

12-Parnes Creative Problem Solving برنامج بارنيس للإبداع في حل المشكلة

قدم هذا البرنامج شخص يدعى " سيدني بارنيس Sidney Parnes " ، الذي إعتبره وسيلة لدعم عملية الإبداع لدى الإنسان ، وقد ظهر البرنامج لأول مرة عام 1967 . لقد أشار بارنيس إلى أن عملية الإبداع في حل المشاكل تمر في خمس مراحل هي :

- مرحلة إيجاد الحقائق : وفيها يتم جمع المعلومات عن المشكلة موضع الإهتمام .
- مرحلة تحديد المشكلة : وفيها يتم صياغة وإيضاح المشكلة بطريقة تعمل على إنتاج أفكار تساعد على حلها ، وهذه الصياغة تكون من خلال المعلومات التي تم جمعها .
- مرحلة إيجاد الأفكار : وهي عبارة عن أفكار يمكن أن تُقدم حلاً للمشكلة .
- مرحلة إيجاد الحل : يتم في هذه المرحلة صياغة معايير لتقييم الأفكار ، وتطبيقها على الأفكار التي تولدت من خلال ما سبق .
- مرحلة التوصل إلى الحل المقبول : الحل المقبول هو أفضل الأفكار التي تم التوصل إليها من خلال المعايير .

13- Part-Time Workers عمال غير متفرغين لكامل وقت العمل الرسمي

أفراد يعملون في منظمات مختلفة لعدد معين من ساعات العمل اليومية الرسمية ، ويتقاضون أجورهم عادة بشكل يومي وفق عدد الساعات التي إشتغلوها ، ولا يتمتعون بالمزايا الوظيفية التي تقدمها المنظمة للعاملين الدائمين لديها المتفرغين . وتلجأ المنظمات إلى هذا النوع من الإستخدام من أجل أمور كثيرة منها: تغطية ضغط عمل خلال فترة زمنية من اليوم ، إذا كان العمل موسمياً، أو لتخفيض تكلفة العمل ، وقد يكون من أجل تحقيق المرونة في إستخدام القوى العاملة .

14-Partial Manufactured Goods سلع نصف مصنعة

هي عبارة عن أجزاء وسلع أجري عليها عمليات صناعية سابقة ، تشتريها المنشآت الصناعية لإجراء عمليات صناعية أخرى عليها ، بهدف تحويلها إلى سلع أخرى ذات منافع جديدة ، لإشباع حاجات ورغبات لدى المستهلكين .

15-Partial Privatization **الخصخصة الجزئية**

هي عملية بيع لممتلكات الحكومة الإنتاجية والخدمية إلى منظمات القطاع الخاص ، مع إحتفاظ الحكومة بجزء من هذه الممتلكات ، وبهذه الحالة تصبح الحكومة والقطاع الخاص شريكان .

16-Partial Workers Strike **إضراب عمالي جزئي**

إمتناع جزء من العمال عن مباشرة أعمالهم لفترة زمنية معينة بتوجيه من النقابة ، بسبب عدم تلبية مطالبهم من قبل المنظمة (أو الحكومة) ، كوسيلة ضغط للإستجابة لهذه المطالب ، أما الجزء الذي لم يضرب فيباشر عمله . ويحدث هذا النوع من الإضراب في مجال الخدمات الحساسة كالنقل مثلاً ، وذلك لكي لا يُشل العمل بشكل كلي وكامل إذا حدث إضراب كامل .

17-Participating Bonds **السندات المشاركة بالأرباح**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، بموجبها يُعطى المستثمر حامل السند الحق بالمشاركة في جزء من أرباح الشركة التي حققتها ، إضافة إلى الفوائد المترتبة عليها .

18-Participations Loan **قرض المشاركات**

تحتاج بعض الشركات الكبيرة لإقتراض مبالغ كبيرة من الأموال من المصرف تفوق إمكاناته على تمويلها، لذلك يلجأ إلى مصارف أخرى لمشاركته في تغطية المبلغ المطلوب إقتراضه ، ويكون هو المسؤول عادة عن تنفيذ إجراءات منح القرض بعد التشاور معهم ، وتكون مسؤولية القرض مسؤولية جماعية .

19-Paternity Leadership **القيادة الأبوية**

هي القيادة التي تتصف بالأبوة والرجولة والقوة ، والخوف الشديد على التابعين (الأبناء) ومستقبلهم الوظيفي ، فالقائد الأب وعلى الدوام يعمل على تنشئة مرؤوسيه النشأة الصالحة في العمل ، ويمدهم بالعون والمساعدة ، ويطور ويحسن أداءهم باستمرار ، ويخاف على مستقبلهم الوظيفي ، ولا مانع لديه أن يتفوقوا عليه في العمل ، ويستخدم العقاب الشديد أحياناً في سبيل تصحيح أخطائهم (الأب يحرم إبنه من المصروف واللعب عندما لا يدرس دروسه) . والقائد الأبوي وبسبب حبه لمرؤوسيه يتدخل في شؤونهم (من خوفه عليهم) ومراقبتهم مراقبة شديدة ، ليضمن عدم إنحرافهم في العمل ، وقد يكون ديكتاتورياً وعنيفاً في بعض الأحيان وعند الضرورة (فالأب يضرب إبنه أحياناً) .

20-Path and Goal Leadership Theory **نظرية المسار والهدف**

صاحب هذه النظرية هو "روبرت هاوس **Robert House** " الذي يؤكد على أن القائد الفعال هو الذي يسمح بمشاركة مرؤوسيه بتحديد أهداف أعمالهم ، والمسارات التي يتوجب عليهم المضي فيها

للوصول إليها وإنجازها ، وتدريبهم وتحفيزهم ، وإزالة العقبات التي تعترض مساراقم . وقد حددت هـذه النظرية أربعة أنماط من السلوك يتوجب على القائد تبنيها وهي :

- السلوك التوجيهي لمرؤوسيه .
- السلوك الداعم والمساند لمرؤوسيه .
- السلوك المشارك مع مرؤوسيه .
- السلوك الإنجازي الذي من خلاله يحدد أهدافاً طموحة لمرؤوسيه فيها عنصر التحدي ومساعدقم على بذل قصارى جهدهم لإنجازها .

21-Patronage Advertising — إعلان التعامل (الرعاية)

أحد أنواع الإعلان الذي يسعى من خلاله المعلن إلى جذب المستهلكين لشراء السلعة التي يعلن عنها عن طريق إثارة دوافع التعامل لديهم ، وليس عن طريق دوافع الشراء . مثال على ذلك ، أن يخطر الإعـلان المستهلكين عن مواعيد عمل جديدة تتفق مع رغباقم وتوفر الراحة لهم ، أو إعلامهم بنظام جديد لتسـليم السلعة للمنازل ، أو إخبارهم بنظام جديد لبيع السلعة بالتقسيط وهكذا .

22-Patronage Buying Motives — دوافع الإيثار (التفضيل) في الشراء

هي البواعث التي تحث وتدفع المستهلك إلى تفضيل الشراء والتعامل من متجر معين دون آخر . فبعد أن يقرر المشتري الماركة التي يريدها ، يقرر المصدر الذي يريد الحصول على السلعة منه ، حيـث أن معظـم السلع أو الماركات تكون معروضة في أكثر من موقع أو متجر . وهنا ينجذب المستهلك للمتجـر الـذي يحسن التعامل مع الزبائن ويقدم لهم خدمات أكثر من المتاجر الأخرى ، هذا ما يقصد بالرعاية .

23-Patterned Interview — المقابلة النمطية

مجموعة من الأسئلة المعدة بشكل مسبق تتعلق بموضوع معين يراد جمع معلومات عنه من الشخص الذي تجري مقابلته ، حيث تكون الأسئلة مطبوعة والإجابة عنها بإجابات محددة ، ذلك لأن نوع الأسئلة المستخدمة فيها هي الأسئلة المغلقة ، وبالتالي تنحصر مهمة من يُجري هذه المقابلة بطرح الأسئلة النمطية (الموحدة) وتسجيل الإجابات عنها . تمتاز هذه المقابلة بالسهولة والبساطة والسرعة ودقة المعلومات وموضوعيتها ، إلا أنها لا تتيح للشخص الذي يُجري المقابلة أن يطرح أسئلة إضافية قد يراها مناسبة أو يحتاج إليها أثناء إجراء المقابلة .

24-Pause Strategy — إستراتيجية التوقف

ترتكز هذه الإستراتيجية على فكرة المراوحة في المكان نفسه ، أي عدم القيام بـأي نشـاط توسـعي في المنظمة سواء في حجم الإنتاج أو تطويره ...الخ أي المحافظة على الوضع الراهن ، لكن دون أي تخفيض في

الموارد المستخدمة في النشاط الحالي للمنظمة . وتستخدم هذه الإستراتيجية عادة من قبل المنظمات التي حققت معدلات نمو مرتفعة وتحتاج إلى فترة تهيئة جديدة لتجميع مواردها من جديد إستعداداً لإنطلاقة مستقبلية أخرى ناجحة ، أو وجدت أن الظروف البيئية حالياً غير مواتية لزيادة النشاط .

25-Pay **الراتب أو الأجر**

العائد النقدي الذي يحصل عليه الموظف أو العامل من المنظمة لقاء أدائه لعمله أو وظيفته فيها ، ويسميه بعضهم بالتعويض المباشر ، ذلك لأن حصول الفرد عليه متوقف ومرتبط بأدائه مباشرة .

26-Payable Account **حساب دفع**

بيان مالي يبين المبالغ المستحقة للغير (الدائنون) ، وتواريخ إستحقاق دفعها .

27-Pay Above Market Rate **دفع الرواتب و الأجور أعلى من معدل السوق**

سياسة تستخدمها المنظمات في مجال تحديد مستوى التعويضات التي ستدفعها للعاملين فيها وخاصة الرواتب والأجور . ويقصد بمعدل السوق ، متوسط التعويضات التي تدفع للعاملين في المنظمات الأخرى المشابهة (وخاصة المنافسة) في نفس المنطقة الجغرافية . ووفق هذه السياسة يجب أن يكون معدل التعويضات لدى المنظمة أعلى من متوسط التعويضات التي تدفع في المنظمات الأخرى ، حتى تكون هي الرائدة في مستوى تعويضاتها ، وبإمكانها إستقطاب الكفاءات البشرية التي تريدها من سوق العمل بسهولة، والمحافظة على كفاءاتها البشرية ومنع هروبها لمنظمات أخرى تعويضاتها أعلى ، فالمنظمة الرائدة هنا هي مكان مرغوب للعمل فيه من الناحية المالية .

28-Payback Period Method **طريقة فترة الإسترداد**

هي إحدى الطرق المستخدمة في مجال تقييم بدائل الإنفاق الإستثماري حيث تعني فترة الإسترداد ، المدة الزمنية التي تغطي فيها صافي المكاسب المتوقعة من البديل تكلفته . فإذا كان لدينا بديل تكلفته / 100/ مليون وحدة نقدية وكانت صافي مكاسبه المتوقعة السنوية /25/ مليون وحدة نقدية ، إذاً فترة الإسترداد تكون /4/ سنوات . وبالتالي فعندما يراد تقييم البدائل بموجب فترة الإسترداد ، يتم إختيار البديل الذي تكون فترة الإسترداد المتوقعة والمصاحبة له أقل من باقي البدائل . يفهم من ذلك بأن فترة الإسترداد تمثل نقطة تقاطع صافي المكاسب مع التكلفة .

29-Pay Below Market Rate **دفع الرواتب و الأجور أدنى من معدل السوق**

سياسة تستخدمها المنظمات في مجال تحديد مستوى التعويضات التي ستدفعها للعاملين فيها وخاصة الرواتب والأجور . ويقصد بمعدل السوق ، متوسط ما تدفعه المنظمات الأخرى المشابهة في ذات المنطقة الجغرافية (خاصة المنافسة) للعاملين لديها . فوفق هذه السياسة يكون مستوى الراتب أو الأجر في المنظمة

أقل من مستوى ما هو مدفوع في المنظمات الأخرى . في هذه الحالة لا تكون المنظمة مكاناً مرغوباً للعمل فيه من الناحية المالية ، وعليها أن تتوقع إرتفاع معدل دوران العمل فيها ، بسبب ترك العاملون وظائفهم لديها والذهاب للمنظمات التي تكون مستوى تعويضاتها أعلى ، وسوف تجد صعوبة في إستقطاب حاجتها من الكفاءات البشرية .

30-Pay Compression — ضغط الرواتب الأجور

مصطلح يشير إلى سياسة تُستخدم في مجال إدارة التعويضات في المنظمات ، حيث تؤكد على ضرورة إجراء مقارنة مستمرة لما تدفعه المنظمة من رواتب وأجور وتعويضات أخرى للعاملين لديها ، مع ما يُدفع في سوق العمل من قبل المنظمات الأخرى وخاصة المنافسة منها ، بهدف تعديل تعويضاتها بما يتوافق مع المستوى السائد في هذا السوق . فعل سبيل المثال وبإفتراض أن منظمة ما عينت لديها مهندساً العام الماضي براتب سنوي وقدره /150 000/ وحدة نقدية وهذا ما كان سائد في السوق ، بإفتراض أنها إحتاجت إلى مهندس آخر بنفس المواصفات لتعينه لديها هذا العام ، وكان مستوى الراتب السائد في السوق حالياً / 175 000 / وحدة نقدية . في هذه الحالة عليها أن تدفع الراتب الجديد للمهندس الجديد ، وفي الوقت نفسه أن تدفع راتباً أعلى منه للمهندس القديم الذي أصبح لديه قدماً وظيفياً أكبر ، ومهارة أعلى في عمله بالمنظمة من المهندس الجديد .

31-Payee — المستفيد

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح المرادف :

Beneficiary

32-Pay Equity — المساواة في الرواتب و الأجور

المساواة هي أن تدفع المنظمة رواتباً وأجوراً للعاملين لديها تعادل ما تدفعه المنظمات المنافسة للعاملين لديها ، وتسمى هذه بالمساواة الخارجية . وإلى جانب هذه المساواة هناك مساواة داخلية ، وهي أن تدفع المنظمة نفس الراتب أو الأجر للوظائف المتشابهة لديها من حيث طبيعتها ، وصعوبتها، وحجم مسؤولياتها ... الخ .

33- Pay for Knowledge System — نظام دفع الرواتب والأجور على أساس المعرفة

مدخل حديث يُستخدم في مجال دفع الرواتب والأجور للعاملين في المنظمات وبشكل خاص لفئة المديرين والفنيين المهنيين . فمعايير الدفع بموجب هذا المدخل قائمة على أساس ما لدى الفرد من معارف حالية وما يتعلمه منها مستقبلاً ، على أن تكون هذه المعارف مفيدة للعمل في المنظمة . فعلى سبيل المثال إذا تعلم

مدير الإنتاج طريقة كمية جديدة في تخطيط الإنتاج ، وتعلم رئيس قسم التكاليف معايير التكلفة الدولية الجديدة ، وتعلم الموظف إستخدام الحاسب الآلي ، وتعلم المبرمج لغة جديدة في البرمجة على الحاسب ...الخ، سينالون راتباً أعلى ممن لم يتعلم هذه المهارات ، التي يكون لكل مهارة منها تعويض مالي حسب مدى أهميتها وصعوبتها . إذاً يمكن القول بأن هذا المدخل قائم على فلسفة أن التعويض يكون متكافئاً مع ما يتعلمه العاملون من مهارات ومعارف تخدم العمل ، وتمكنهم من أداء عدة مهام أو أعمال .

34-Pay Grades — درجات (فئات) الراتب أو الأجر

الدرجة أو فئة الراتب أو الأجر كما يسميها بعضهم هي : مبلغ واحد من المال يُدفع لكل الوظائف المتشابهة من حيث قيمتها وأهميتها وصعوبتها ...الخ ، التي تشتمل عليها درجة أو فئة وظيفية واحدة .

35-Pay Grades Range — مدى درجات (فئات) الراتب أو الأجر

المدى هو الحد الأدنى والأعلى لفئة الراتب أو الأجر في هيكل التعويضات التي تدفعها المنظمات للعاملين لديها ، فنقول على سبيل المثال الفئة الأولى مدى راتبها أو أجرها من 4000 إلى 5000 وحدة نقدية ، هذا يعني أن جميع الوظائف المتشابهة التي تقع في هذه الفئة تتقاضى راتباً ما بين 4000 – 5000 ، فأقل وظيفة أهمية وصعوبة ضمن الفئة تنال 4000 وأعلى وظيفة فيها تنال 5000 وحدة نقدية .

36-Pay Leader Strategy — إستراتيجية القيادة في دفع الرواتب و الأجور

قيام المنظمة بدفع رواتب وأجور للعاملين لديها بمستوى أعلى مما تدفعه المنظمات الأخرى (وخاصة المنافسة) في سوق العمل والمنطقة الجغرافية التي تعمل فيها ، في مسعى منها لإستقطاب الكفاءات البشرية ذات مستوى الأداء العالي والإنتاجية العالية ، والمحافظة على الكفاءات الموجودة لديها .

37-Pay Market Rate — معدل الرواتب والأجور السائد في السوق

سياسة تتبعها بعض المنظمات في دفع رواتب وأجور العاملين لديها ، حيث يتم الدفع وفق معيار مستوى الرواتب والأجور السائد في سوق العمل ، أي ما تدفعه المنظمات الأخرى العاملة في نفس المنطقة الجغرافية وخاصة المنافسة منها للعاملين لديها . تفيد هذه السياسة بأن المنظمة تحافظ على الكفاءات البشرية العاملة لديها ، وتمنع هروبها لمنظمات أخرى تكون رواتبها وأجورها أعلى منها .

38-Payment-by-Results — الدفع على أساس النتائج

هو المصطلح الجديد الذي أطلق على الأجور التشجيعية ، التي تربط الأجر بكمية الإنتاج أو الإنجاز المحقق من قبل الفرد ، أو فريق العمل ، في فترة زمنية معينة . بموجبه يكون الأجر مرتبطاً بما يحققه الفرد أو فريق العمل من نتائج (كمية العمل وجودته والربح) ، فكلما إرتفعت النتائج زاد الأجر والعكس من

ذلك صحيح . إذاً نجد أن دفع الأجور مرتبط بمستوى الأداء والجهد والربح الذي يبذل في العمل ، فكلما زادت النتائج المحققة زاد الراتب أو الأجر والعكس من ذلك صحيح .

39-Payment for Time Not Worked **الدفع عن الزمن الذي لا يكون فيه عمل**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Paid Time Off

40-Payment Under Reserve- Credit **إعتماد مستندي بشرط الدفع مع التحفظ**

إعتماد مستندي يُسمح بموجبه دفع قيمته أو جزء منه للمستفيد مع الإحتفاظ بحق الرجوع عليه ، بسبب إختلاف المستندات التي قدمها ، أو مخالفة أي شرط من شروط الإعتماد .

41-Payroll **قائمة الرواتب و الأجور**

جدول يشتمل على أسماء العاملين في المنظمة والمبالغ التي يستحق دفعها لكل منهم ، حيث تمثل هذه المبالغ رواتبهم أو أجورهم . ويستخدم هذا المصطلح بمعناه الدارج للدلالة على مجموع العاملين في المنظمة.

42-Pay Secrecy **سرية الرواتب و الأجور**

يقصد بالسرية هنا أن العاملين لا يعرفون رواتب بعضهم بعضاً ، أي أن ما يدفع لكل فرد يعمل في المنظمة من راتب أو أجر أو تعويض لا يعرفه أحد من العاملين الآخرين . والغاية من ذلك أن مسألة التعويض مسألة شخصية من جهة ، ومن جهة ثانية أن إطلاع العاملون على ما يتقاضاه كل واحد منهم من تعويض ، قد يثير الغيرة لدى بعضهم .

43-Pay Structure **هيكل الرواتب و الأجور**

عدد من الدرجات أو الفئات (المجموعات) الوظيفية يشتمل كل منها على عدد من الوظائف المتشابهة من حيث قيمتها وأهميتها وصعوبتها ، يحدد لكل من هذه الدرجات راتب أو أجر يسري على جميع الوظائف التي تقع ضمن كل واحدة منها . والغاية من هيكل الرواتب والأجور هي ، تسهيل تسعير الوظائف ودفع رواتبها و أجورها ، فبدلاً من تسعير كل وظيفة على حده ، تسعر الفئات التي يمكن أن تشتمل على عدد كبير جداً من الوظائف .

44-Pay Survey **دراسة الرواتب و الأجور الإستكشافية**

دراسة ميدانية إستطلاعية تنفذها المنظمات ، لتتعرف من خلالها على مستوى الرواتب والأجور التي تدفع للعاملين في المنظمات الأخرى المنافسة والمشابهة ، التي تعمل في ذات المنطقة الجغرافية . وتلجأ المنظمة إلى هذه الدراسة عندما تود تحديد معدل أو مستوى الرواتب والأجور لديها لكي لا تكون أقل من

المنظمات الأخرى ، فتخسر بذلك كفاءات ومهارات بشرية لديها ، التي تتركها للعمل في منظمة أخرى يكون مستوى الرواتب والأجور فيها أعلى ، أضف إلى ذلك لتتمكن من إستقطاب حاجتها من الموارد البشرية من سوق العمل .

45-(PDCA) Approach — مدخل (PDCA)

هو أحد المداخل المستخدمة في مجال التحسين المستمر للجودة الذي وضعه "إدوار ديمنج Edward Deming "، حيث يرمز كل حرف منه إلى إحدى مراحل عملية التحسين وفق مايلي :

- **P** خطط **Plan** :
  - إبدأ بجمع معلومات عن العملية المراد تحسينها .
  - حدد المشاكل الحالية في ضوء المعلومات .
  - حلل أسباب المشاكل .
  - ضع خطة لتلافي الأخطاء وإدخال التحسين .
  - حدد معايير تقييم التحسين .
- **D** نفذ **DO** :
  - طبق التحسين .
  - جرب التحسين في مجال محدود في البداية .
  - أرصد وسجل أي تغيير يحدث نتيجة التحسين .
- **C** دقق **Check** :
  - قيم خطة التحسين بعد تنفيذها من خلال المعلومات التي تم جمعها ومدى نجاحها في تحقيق أهدافها.
- **A** إعمل **Act** :
  - إذا كانت نتائج التقييم إيجابية ، إجعل خطة التحسين كأسلوب معتمد ومقرر وإدعمه .
  - درب المعنيين بتطبيق التحسين لتمكينهم من تطبيقه بفاعلية .
  - عمم نتائج التحسين على العمليات الأخرى المشابهة .
  - إذا كانت نتائج التحسين غير إيجابية ، نقح خطة التحسين إذا كانت الأخطاء بسيطة ، أما إذا كانت كبيرة ، إستبدل خطة التحسين بخطة أخرى .

46-Peak Hours — ساعات الذروة

هي الفترة التي يتجاوز فيها العمل حده العادي بشكل ملحوظ وذلك خلال ساعات العمل اليومية ، أو خلال أيام الشهر ، أو خلال أشهر السنة .

47- Peers–Team- Work Performance Appraisal **تقييم نظراء فريق العمل للأداء**

أحد المداخل أوالأساليب المستخدمة في تقييم أداء أعضاء فرق العمل ، بموجبه يطلب من أعضاء الفريق الواحد أن يقيموا أداء بعضهم بعضا ، من منطلق أن الإتصال المستمر بينهم والعمل مع بعضهم ضمن فريق عمل واحد ومهمة ومسؤولية واحدة ، يُمكنهم من هذا التقييم بشكل دقيق .

48-Penetrated Market **سوق مخترق**

هو الذي تمكنت منشأة من بيع سلعتها أوخدمتها لمجموعة من المستهلكين فيه ، بالرغم من وجود سلع وخدمات منافسة لهما ، أي أنها إنتزعت حصة من السوق ، مع الإشارة إلى أن هذه المنشأة لم تكن تسوق منتجها فيه من قبل ، بمعنى أنه سوق جديد بالنسبة لها .

49-Pensions Funds **تمويل الرواتب التقاعدية**

تلزم قوانين الخدمة المدنية والعمل المنظمات على إقتطاع جزء معين من رواتب العاملين لتمويل صندوق خاص يدعى بصندوق التقاعد ، الذي يُصرف منه الرواتب التقاعدية للعاملين الذين يبلغون سن التقاعد ويتركون العمل . وتشرف الحكومات عادة على عمل هذا الصندوق ، وتقوم بإستثمار أمواله لتنميتها .

50-Perception **الإدراك**

الإدارك عملية تعتمد على التفكير ، حيث من خلاله يمكن فهم المعلومات التي يستقبلها الفرد من المواقف والظروف التي يواجهها في البيئة ، حيث يقوم الدماغ بتجميعها ومقارنتها مع ماهو مخزون في الذاكرة التي تمثل خبرته وتجاربه السابقة ، وما مر به من أحداث منذ أن وجد على قيد الحياة . فالإدراك يمثل العملية التي يمكن بوساطتها فهم وإستيعاب ما يستقبله الإنسان من معلومات تأتيه من البيئة ، حيث يقوم عقله بتحليلها وتفسيرها وإعطائها معاني من خلال ما هو مخزن لديه من خبرات وتجارب سابقة . ففي ضوء الإدراك يتشكل لدى الإنسان إتجاه ودافع معين تجاه المعلومات التي إستقبلها من البيئة ، ثم يتشكل لديه قناعة معينة حيالها ، ويحدد عندئذ التصرف أو السلوك الذي سيواجه به الموقف أو الظرف الماثل أمامه. والسؤال الآن هو : ما هي الوسيلة التي يستقبل بها الإنسان المعلومات من البيئة عن المواقف والظروف التي يواجهها ؟ إذ لابد من شيء ينبه ويثير إهتمام الإنسان ، هذا الشيء هو الحواس الخمس التي تستقبل المؤثرات البيئية الخارجية . وعن طريق الأعصاب الحسية تُنقل للدماغ الذي يقوم بترجمتها وتفسيرها ليحدد نوعية السلوك المطلوب أو تعديل سلوك معين .

51-Perceptive Quality **الجودة المدركة**

تمثل هذه الجودة مدى إقتناع الزبون بمستوى جودة السلعة أو الخدمة المقدمة له ، في ضوء التضحية التي سيدفعها للحصول عليها، فالجودة المدركة لا تتشكل لديه إلا بعد أن يوازن التضحية (القيمة النقدية ، والجهد المبذول للحصول على السلعة أو الخدمة) التي يقدمها مع مستوى الجودة المقدمة له .

52-Perceptual Constancy — الثبات الإدراكي

من خلال التعلم الذي يقوم على مبدأ التكرار ، تتشكل في مخ الإنسان ثوابت إدراكية تساعده على إدراك الأمور ، فعلى سبيل المثال تُحدث المشاهدة المتكررة للشمس والقمر إدراكاً بأنهما دائريان ، وللسماء والبحر بأن لونهما أزرق . فعندما يُسأل الفرد عن شكل الشمس فوراً يجيب بأنها دائرية ، وعندما يُسأل عن لون البحر يجيب فوراً أيضاً بأنه أزرق اللون .

53- Perceptual Organization — التنظيم الإدراكي

هي العملية الذهنية التي تحدث داخل مخ الإنسان بعد إستقباله للمثير (الموقف) البيئي ، فالمعلومات غير المترابطة والمجزأة التي إستقبلها المخ عن الموقف ، يقوم بتنظيمها في نسق مترابط ، ومن ثم يفسر هذا النسق (أو الكل) ويعطيه معنى ، وفق مالديه من درجة ذكاء ، وإتجاهات ، ودوافع ، ونمط الشخصية .

54-Perecptual Sensivity — الحساسية الإدراكية

ويسميها بعضهم بالإدراك الحسي وهي القدرة على الإحساس بمشاعر الآخرين ، وإدراك أوضاعهم العاطفية ، وفهم مواقفهم وإتجاهاتهم الشخصية .

55-Perfect Market Competition — المنافسة السوقية الكاملة

يقصد بالمنافسة السوقية الكاملة ما يلي :

- وجود عدد كبير من المنتجين ، وعدد كبير من قنوات التوزيع ، بحيث لا يسمح هذا العدد الكبير لأحد أن يتحكم بالسوق من حيث السعر والكمية المعروضة .
- السلع المعروضة في السوق متماثلة من حيث مواصفاتها وسعرها وجودتها ، بحيث لا يستدعي الأمر من المستهلك المقارنة بين السلع لإختيار الأنسب منها .
- باب الدخول إلى السوق الصناعي والتجاري مفتوح للجميع ولمن يرغب ، حيث لا توجد عقبات غير طبيعية تحول دون دخوله .
- المسوقون قريبون من بعضهم بعضاً ، ولا توجد مصاريف يتحملها المستهلك عند الإنتقال داخل السوق .

56-Performance Appraisal — تقييم الأداء

مجموعة من الأسس والقواعد والإجراءات ، التي وفقاً لها تتم عملية تقييم أداء العاملين في المنظمة ، سواء أكانوا رؤساء أو مرؤوسين ، بحيث يقوم كل مستوى إداري أعلى بتقييم أداء المستوى الأدنى ، بدءاً من قمة الهرم التنظيمي مروراً بمستوياته الإدارية وصولاً لقاعدته . وتتم عملية التقييم بوساطة مقيمين (الرؤساء المباشرون) في كل مستوى إداري ، يتابعون أداء وسلوك من يقيمون أداءهم ، وذلك بشكل مستمر خلال فترة زمنية محددة ، يجمعون خلالها وعن طريق الملاحظة المباشرة ، كافة المعلومات ذات الصلة بجهد وسلوك من يقيمون أداءهم ، وذلك أثناء أدائهم لأعمالهم ، حيث في نهاية الفترة المحددة يضعون تقييمهم النهائي بإستخدام معايير تقييم محددة لهم وعلى أساس موضوعي وعادل ، يحددون في التقييم مستوى أداء من قيموه ، متعرضين لجوانب القوة والضعف في هذا الأداء ، وتحديد مسبباتهما . والغاية هي مكافأة كل فرد على قدر ما يعمل وينتج ، ومعالجة نقاط الضعف في الأداء وتدعيم جوانب القوة فيه ، لما فيه مصلحة للعاملين والمنظمة بآن واحد .

57-Performance Appraisal as Integrated System تقييم الأداء كنظام متكامل

أحد المداخل الحديثة المستخدمة في مجال تقييم أداء العاملين في المنظمات ، حيث ينظر إلى عملية التقييم على أنها نظام مكون من :

1 - موارد (مدخلات) التي أطلق عليها مصطلح Means : وتعبر عن المدخلات التي يستخدمها العامل أوالموظف في عمله وتمثل صفاته ، مهاراته ، معرفته ، إتجاهاته ، قيمه ...الخ .

2 - عملية تحويل وأطلق عليها مصطلح Transformation Process : وتمثل الأداء والسلوك اللذان يقوم بهما الفرد في عمله مستخدماً موارده ، من أجل تحقيق إنجاز ما هو مطلوب منه أو الأهداف (المعايير) .

3 - النهايات (النتائج أو المخرجات) وأطلق عليها مصطلح Ends : وتمثل نتائج الأداء التي حققها الفرد من خلال أدائه وسلوكه .

4 - التغذية العكسية : وهي تقرير يوضح ويفصل جوانب القوة والضعف في الأداء ومسبباتهما ، وهذه التغذية يطلع عليها الفرد ليعرف حقيقة أدائه ، ليعمل هو ورئيسه المباشر على تحسين هذا الأداء في الفترة القادمة .

وعملية التقييم في ضوء ما تقدم تشتمل على مكونات النظام كلها وهي :

- الموارد التي يمتلكها الفرد هل هي مناسبة للأداء والسلوك المطلوب للوظيفة .
- عملية التحويل : كيف إستخدم الفرد موارده في عملية التحويل ، مع مراعاة الظروف المحيطة بعمله مثل : الوقت ، المكان ، التسهيلات الموجودة ، علاقته مع العاملين الآخرين ، ومع رئيسه ...الخ .

- النتائج وتحدد عن طريق مقارنة إنجاز الفرد الفعلي مع الأهداف والمعايير المحددة ، لتحديد الإنحرافات السلبية والإيجابية في الأداء وأسبابها والمقترحات .

58-Performance Appraisal by Objectives تقييم الأداء بواسطة الأهداف

هو أحد المداخل المستخدمة في تقييم أداء العاملين بالمنظمات ، حيث يتم هذا التقييم من خلال مايلي :

- يتم وضع الأهداف أو الإنجازات التي يتوجب على المرؤوس تحقيقها خلال فترة زمنية من قبل الرئيس المقيم لوحده أو بمشاركة مرؤوسه وهذا هو الأفضل .
- يقوم كل من الرئيس والمرؤوس بوضع جدول زمني لتحقيق الأهداف .
- يقارن الرئيس إنجاز مرؤوسه مع الأهداف الموضوعة ، ليحدد مدى نجاح مرؤوسه في تحقيق الأهداف ويحدد الأسباب .
- يناقش الرئيس مرؤوسه بنتائج تقييم أدائه ويشرحها له .
- يضع الرئيس مع مرؤوسه سبل تحسين أداء المرؤوس مستقبلاً .

59-Performance Appraisal by Peers تقييم الأداء بواسطة النظراء

النظير هو الزميل في نفس مكان العمل الذي يعمل فيه الفرد الذي سيقيم أداءه ، حيث تسند إليه مهمة تقييم أداء زملائه . ويكون النظير في العادة أقدم العاملين وممن يمتلكون الخبرة والمهارة التي تمكنه من تقييم الأداء ، فالقدامى الأكفياء يكون لديهم في العادة إلمام وفهم كبيرين بمضمون العمل هذا من جهة ، ومن جهة أخرى النظير (الزميل) يكون على تواصل وإحتكاك مستمر ويومي مع زملائه الذين سيقيم أداءهم ، مما يجعل لديه وفرة في المعلومات عن هذا الأداء ، فالإلمام بالعمل ، ووفرة المعلومات تمكناه من تقييم الأداء بشكل جيد ودقيق .

60-Performance Appraisal by Results تقييم الأداء بواسطة النتائج

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Performance Appraisal by Objectives
تقييم الأداء بواسطة الأهداف

61-Performance Appraisal Duration دورية (إستمرارية) تقييم الأداء

هي إحدى ركائز نظام تقييم الأداء وإحدى الصفات الأساسية التي يجب أن تتصف بها عملية التقييم ، وتعني أن التقييم يلازم كافة العاملين في المنظمة منذ تاريخ تعيينهم فيها ، وحتى ساعة تركهم لها بسبب التقاعد أو لأي سبب آخر . وهذه الإستمرارية مجزأة إلى فترات زمنية كأن يتم التقييم كل ستة أشهر تقريباً أو كل سنة .

62-Performance Appraisal Interview — مقابلة تقييم الأداء

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Feedback Performance Appraisal Interview

63- Performance Appraisal Process — عملية تقييم أداء الموارد البشرية

هي الآلية التي يتم من خلالها تقييم أداء الموارد البشرية بشكل علمي في المنظمات ، حيث تنقسم هذه الآلية إلى ثلاثة أدوار هي ما يلي :

- دور المنظمة ويشتمل على : تحديد معايير تقييم الأداء ، والمقيم ، وأسلوب التقييم ، والجهة التي ستراجع نتائج التقييم ، وأسلوب إخطار العاملين بنتائج تقييمهم ، ودورية التقييم (عدد مرات التقييم) في السنة ، تدريب المقيمين ، وهذا كله يكون ضمن نظام تعده إدارة الموارد البشرية يدعى بنظام تقييم الأداء .
- دور المقيم ويشتمل على مايلي :دراسة معايير التقييم وفهما وشرحها لمن سوف يقيم أداءهم ليعرفوا ما هو مطلوب منهم ، ومراقبة أداءهم وجمع معلومات عنهم وتسجيلها ، ومراجعتها ، ومقارنة نتائج الأداء مع المعايير ، وتحديد مستوى الكفاءة ، مشيراً إلى نقاط الضعف والقوة ، وإقتراح سبل التعامل مع نتائج التقييم السلبية والإيجابية .
- دور المُقَيَمْ ويشتمل على : فهم معايير الأداء التي توضح ما هو المطلوب منه ، الإتفاق مع رئيسه المباشر المقيم لأدائه حول تطوير وتحسين هذا الأداء ، وتنفيذ توجيهات رئيسه .

64-Performance Appraisal System — نظام تقييم أداء الموارد البشرية

مجموعة من القواعد والأسس والإرشادات الإلزامية ، التي تتم في ضوئها عملية تقييم أداء الموارد البشرية في المنظمات من قبل المقيمين الذين هم في العادة الرؤساء المباشرين ، وتشتمل هذه القواعد والأسس على ما يلي : معايير وأساليب التقييم ، تحديد من هو المقيم ، تحديد الجهة التي سوف تراجع نتائج التقييم للتأكد من موضوعيتها ، عدد مرات التقييم في السنة ، الإستمارة التي ستستخدم في التقييم ، أسلوب إخطار العاملين بنتائج تقييم أدائهم ومناقشتها معهم ، كيفية التظلم من نتائج التقييم .

65- Performance-Based Pay — دفع الرواتب والأجور على أساس نتائج تقييم الأداء

مصطلح يُستخدم ليشير إلى الراتب أوالأجر الذي تدفعه المنظمة للموظف أوالعامل لقاء جهده ونشاطه وعمله الذي يبذله في وظيفته ، ويسمى بالتعويض المباشر ، وسمي بهذه التسمية لأن دفع التعويض مرتبط مباشرة بمدى جهد ونشاط الفرد في عمله الذي يحددهما تقييم أدائه .

66-Performance –Based Rewards **ربط المكافآت بالأداء**

نظام يُستخدم في مجال دفع الحوافز المالية للعاملين في المنظمات بوجه عام والصناعية بوجه خاص. بموجبه يُربط حصول الفرد على المكافآت بنتائج تقييم أدائه ، من أجل تحفيزه على بذل المزيد من الجهد للحصول على الحافز . وبالطبع تضع المنظمة معايير لتقييم الأداء ، التي يتوجب على العاملين تحقيقها من أجل حصولهم على المكافآت المالية .

67-Performance Competency **كفاءة الأداء**

هي الخصائص الفعالة والإيجابية التي يتصف بها نتاج أداء الفرد لوظيفته أو عمله ، أخذاً في الإعتبار طبيعة مهام الوظيفة ، والظروف المحيطة بها التي تؤدى فيها . ويتم الحكم على هذه الخصائص الإيجابية بإستخدام معايير تقييم أداء محددة مسبقاً .

68-Performance Control Approach to Appraisal **مدخل رقابة الأداء من أجل تقييمه**

مدخل تقليدي شائع ومعروف في مجال تقييم الأداء سواء على مستوى أداء الأفراد أو الوحدات الإدارية ، أو الأداء الكلي للمنظمة ، ويتكون من خمس مراحل هي ما يلي :

- تحديد العمل المراد تقييمه .
- تحديد أهداف العمل القابلة للقياس وهي بمثابة معايير لتقييم الأداء .
- الأداء أو التنفيذ .
- المتابعة (الملاحظة) وجمع المعلومات عن الأداء .
- التقييم من خلال مقارنة الأداء (الإنجاز) مع الأهداف (المعايير) للوصول إلى النتائج .

يتصف هذا المدخل بالوضوح ويسعى للتأكد من أن إنجاز العمل قد تم وفق ما هو مطلوب ومحدد في الأهداف فقط ، إلا أنه يتصف بالآلية عند إستخدامه في تقييم أداء الأفراد ، ذلك لأنه يضعهم تحت الرقابة المستمرة ، ويغيب فيه دور الرئيس أو المشرف المباشر (الذي يقيم أداء مرؤوسيه) من توجيه وتطوير لأدائهم ، لأن الغاية الأساسية في هذا المدخل هي تقييم مدى تحقيق الأهداف فقط من أجل تحديد الثواب والعقاب .

69-Performance Development Approach to Appraisal **مدخل تقييم الأداء من أجل تطويره**

مدخل حديث يُستخدم في مجال تقييم أداء العاملين في المنظمات ، بموجبه تقسم عملية التقييم التي تتم من قبل الرئيس المباشر إلى قسمين : الأول تقييم غير رسمي ويشير إلى متابعة الرئيس المباشر المقيم لأداء مرؤوسيه بشكل مستمر أثناء أدائهم لأعمالهم ، وذلك من أجل الكشف عن الأخطاء قبل وقوعها أو على

الأقل بعد حدوثها مباشرة ، للعمل على تلافيها سريعاً أو منع حدوثها ، عن طريق الإرشاد والتوجيه . القسم الثاني وهو التقييم الرسمي ، الذي يحدد الرئيس المباشر فيه نتيجة تقييمه لأداء مرؤوسيه في ضوء التقييم الأول ، فيوضح نقاط القوة والضعف في هذا الأداء ، ويتعاون معهم لتطوير أدائهم عن طريق تلافي نقاط الضعف ، وتقوية نقاط القوة للإستفادة منها بشكل أكبر .

70-Performance Gap — فجوة الأداء

تمثل فجوة الأداء الفرق أو الإختلاف الحاصل بين الإنجاز (الأداء الفعلي) المحقق وبين مستوى الأداء المعياري أو المرغوب فيه (الأهداف) ، حيث يكون الإنجاز الفعلي أقل من المخطط .

71-Performance Management — إدارة الأداء

جميع الجوانب التنظيمية المتعلقة بعملية تصميم نظام تقييم أداء الموارد البشرية في المنظمة ، التي توضح أطره ، والمكونات التي يتشكل منها ، وأسس وقواعد تطبيقه ، بهدف تحقيق الموضوعية في تقييم أداء العاملين ، وللوصول إلى نتائج صحيحة ، توضح مستوى أداء وكفاءة كل من يعمل في المنظمة ، وتقع مسؤولية إدارة الأداء على إدارة الموارد البشرية .

72-Performance Measurement — قياس الأداء

عمل يسبق تقييم الأداء ، من خلاله يُتابع أداء الفرد طوال الفترة الزمنية المحددة لتقييم الأداء ، حيث يقوم المقيم بمتابعة هذا الأداء أولاً بأول ويسجل ملاحظاته الإيجابية والسلبية عنه ، ليقوم في نهاية الفترة بتقييم الأداء على أساس ما تم جمعه من معلومات وملاحظات عن أداء الشخص الذي يجري تقييم أدائه .

73-Performance Self Analysis — تحليل الأداء الذاتي

قيام الفرد نفسه (مدير ، موظف ، عامل...الخ) بتحليل أدائه ذاتياً ، ويقصد بالتحليل هنا ، قيام الفرد بتحديد جوانب الضعف والقوة في أدائه ومعرفة مسبباهما ، في مسعى منه شخصياً ، إلى تلافي جوانب الضعف ، وتدعيم جوانب القوة وزيادة الإستفادة منها ، من أجل تطوير وتحسين أدائه . ويعتمد نجاح هذا التحليل الذاتي على ضرورة أن يقف الفرد وقفة صدق مع نفسه فيقيم أداءه بموضوعية ، فيوجه لنفسه مجموعة من الأسئلة أهمها :

- لماذا نجحت في كذا ؟
- لماذا أخفقت في كذا ؟
- ما هي أسباب النجاح والإخفاق ؟
- كيف أطور أدائي وأحسنه ؟

74-Performance Standards — معايير الأداء

تمثل معايير الأداء الجوانب الإيجابية التي يجب أن تتوفر في أداء وسلوك العاملين في المنظمة ، حيث على أساس مقارنة الأداء والسلوك بها يتم تقييم أدائهم وتحديد مستوى كفاءهم في العمل ، فكلما كانت درجة توفر المعايير لدى الفرد أكبر كانت كفاءته أعلى ، وبالتالي فمعايير الأداء توضح للعاملين ما تطلب المنظمة توفره في عملهم وسلوكهم . وتتألف المعايير من نوعين : الأول ملموس أي يمكن ملاحظته وقياس مدى توفره في الفرد بسهولة كالمواظبة على العمل ، جودة الأداء ، كمية الإنجاز . والثاني غير ملموس يحتاج قياسه وتقييمه إلى متابعة وملاحظة مستمرة لأداء وسلوك الفرد ، مثل التعاون ، الإخلاص ، الولاء ..الخ .

75-Performance Test — إختبار الأداء

يستخدم هذا الإختبار في مجال عملية إختيار وتعيين العاملين في المنظمات ، بموجبه يُطلب من المتقدمين للتوظيف أداء نفس العمل المتقدمين للتوظف فيه . وبالتالي يهدف هذا الإختبار إلى التنبؤ بمستوى أداء الفرد مستقبلاً في حالة إختياره ، ومدى إحتمال نجاحه في الوظيفة المتقدم للتعيين فيها . ويحتاج إختبار الأداء إلى إستخدام معايير لتقييم أداء المتقدمين وتحديد مدى نجاحهم في الإختبار . إذاً يمكن القول أن هذا الإختبار يقوم على فكرة أساسية هي : أن الإلمام النظري بمجال عمل معين لا يعني النجاح الأكيد في أدائه. فعلى سبيل المثال إذا كانت الوظيفة الشاغرة سائق ، يطلب من المتقدمين الذين يحملون إجازة سوق سيارة قيادة السيارة (الإختبار) ، حيث يقيم أداءهم أثناء الإختبار (القيادة) ، ليُحكم بعد ذلك على الصلاحية للتعيين في ما إذا تمت قيادها بمهارة ، وذوق ، وأدب .

76-Performance Tryout of Trainee — إختبار أداء المتدرب بعد التدريب

يرى المختصون في مجال التعلم والتدريب ضرورة لإختبار المتدرب بعد الإنتهاء من تدريبه ، للتأكد من مدى فهمه وإستيعابه لما تعلمه وتدرب عليه ، حيث يقوم المدرب بإجراء إختبار كتابي أو شفهي من أجل هذه الغاية ، ثم يتابعه بعد مباشرته لعمله في المنظمة ، ليتأكد أيضاً من مدى قدرته على تطبيق ما تعلمه وتدرب عليه في أداء وظيفته وممارسة مهامها ، حيث يقوم بتصحيح أخطائه وتوجيهه نحو الصح . وتستمر هذه المتابعة لحين تأكد المدرب بأن المتدرب قد أتقن ما تدرب عليه .

77-Periodical of Performance Appraisal — دورية تقييم الأداء

هي الفاصل الزمني الذي يفصل بين التقييم الحالي والتقييم الذي يليه ، فعلى إعتبار أن تقييم الأداء يلازم كافة العاملين في المنظمة طوال خدمتهم فيها ، فهو مجزأ إلى فترات زمنية تفصل كل تقييم عن التقييم الآخر ، فقد يكون هذا الفاصل الزمني كل سنة ، أو كل سنتين ، أوكل ستة أشهر ، فمسألة تحديد الدورية يخضع لطبيعة عمل المرؤوسين ، وظروف كل منظمة .

78-Periodical Unemployment — البطالة الدورية

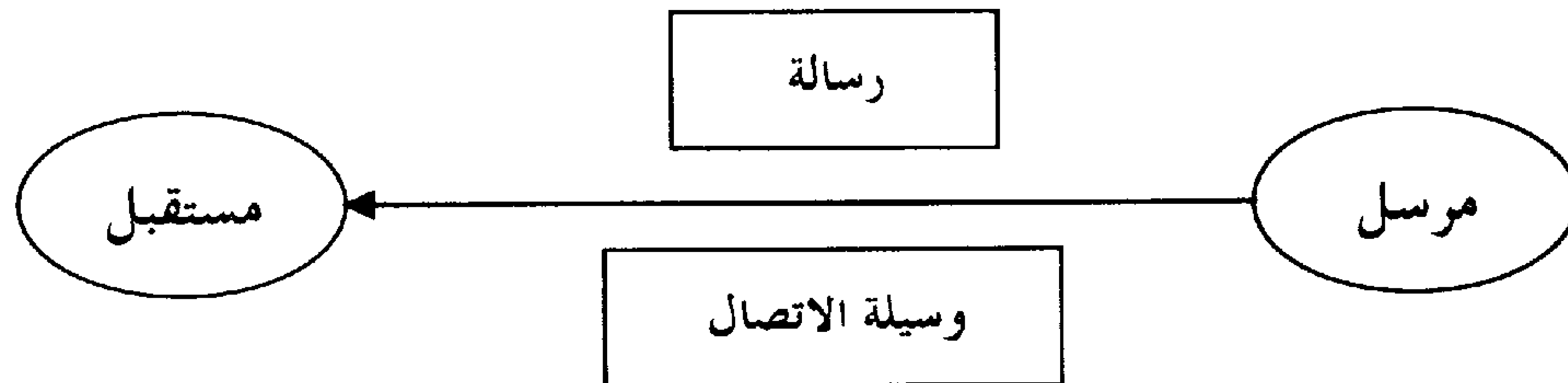
هي التي تصاحب بعض مراحل الدورة الإقتصادية ، فعندما يصل الإقتصاد إلى مرحلة الإنكماش الإقتصادي ، ويتطور إلى مرحلة الركود ومن ثم الكساد ، لا شك أنه سيصاحب هذه المراحل الدورية بطالة.

79-Peripheral Workforce — قوة العمل المؤقتة غير الأساسية

يشير هذا المصطلح إلى مفهوم المرونة في توظيف الموارد البشرية في المنظمات ، التي فرضتها التغيرات الإقتصادية والتجارية العالمية التي سميت بالعولمة ، حيث دفعت المنظمات إلى إعادة هيكلة قوة العمل لديها، فأصبحت تعتمد على القوى العاملة المؤقتة إلى جانب الدائمة . والغاية من إعادة هيكلة التوظيف بهذا الشكل هو تخفيض تكلفة العمل ، ذلك لأن المزايا والمنح الوظيفية الإضافية التي تمنح للموارد البشرية الدائمة (تأمين صحي ، تأمين على الحياة ... الخ) التي تكلف المنظمات أموالاً طائلة ، لا تتمتع بها العمالة المؤقتة . إلى جانب ذلك فمرونة قوة العمل (التوظيف) تعطي حرية ومرونة للمنظمات في أن توظف وتسرح العاملين من العمل كيف ما تشاء ، وتتمكن من أن تكيف الاستخدام لديها بما يتماشى مع ظروف عملها ، وإنتاجها، والبيئة المحيطة بها .

80-Perlo Communication Model — نموذج "بيرلو" عن الإتصال

يرى " بيرلو " أن الإتصال عملية حركية مستمرة هدفها التأثير في الآخرين وتأخذ الشكل التالي :



ويؤكد أنه كلما توقف المرسل ليسأل نفسه عن هدفه من الإتصال كل فترة وأخـــرى ، أدى ذلـــك إلى إمكانية تطوير هدف ووسائل إتصاله بالآخرين .

81-Permanent Team – Work — فريق العمل الدائم

عدد من الموظفين أو العمال الذين يعملون سوية لإنجاز عمل أو مهمة كاملة من بدايتها وحتى نهايتـــها ، حيث يقوم كل عضو في الفريق بأداء عمل أو مهمة معينة تتكامل مع مهام زملائه في الفريق ، وهذا العمل مستمر ودائم ، حيث يؤدي الفريق في هذه الحالة عملاً له طابع أو صفة التكرار والديمومة .

82-Permanent Voluntary Part-Time Jobs — العمل الجزئي الدائم الإختياري

أحد أنواع التوظيف الدائم المستخدم في المنظمات في الدول المتقدمة ، بموجبه يخير بعـــض العـــاملين في المنظمة أن يعملوا جزءاً فقط من ساعات العمل الرسمية اليومية المقررة في المنظمة . وتفضل النســـاء عـــادة

هذا النوع من التوظيف ، ليجدوا متسعاً من الوقت لرعاية شؤون حياقم المترلية والأسرية ، وليوفروا لأنفسهم مصدر دخل يساعدوا به أزواجهن . هذا النوع من التوظيف شائع في الأعمال الصناعية وبعض أعمال الخدمات كالتدريس ، والتمريض ، ..... الخ .

83-Permanent Working Capital **رأس المال العامل الدائم**

يمثل الحد الأدنى من الأصول المتداولة (وخاصة السريعة) الذي ينبغي وجوده في المنشأة ، طالما أنها مستمرة وماضية في نشاطها ، وبالتالي يعتبر دائماً لأنه لا يمكن الإستغناء عنه طالما أن المنشاة قائمة ومستمرة في نشاطها .

84-Permissive Marketing **التسويق غير المُقيَدْ**

مفهوم تسويقي ظهر في الولايات المتحدة الأمريكية من قبل Seth Godin يتعلق بحل مسألة مقاطعة المستهلك لوسائل ترويج المنتج المعلن عنها . فقد أشار Seth إلى مجموعة من الوسائل التي يمكن من خلالها إثارة إهتمام المستهلك بالإعلان الذي يقدم إليه التي منها :

- الإتصال به شخصياً وطلب إذنه لإرسال منشورات تتعلق بالسلعة أو الخدمة التي يروج لها، فهذا الإتصال يوحي له بمدى إحترام المعلن له ، مما يجعله يقبل الإعلان .
- إرسال عينات مجانية من السلعة إلى المستهلك .
- إجراء يانصيب لتوزيع الجوائز .

بمثل هذه الوسائل يتمكن المروج المعلن من إزالة الشعور العدائي لدى المستهلك تجاه الإعلان المقدم له ، وجذبه للإهتمام به .

85-Perpetual Inventory **جرد وتقييم المخزون المستمر**

نظام يتم من خلاله تسجيل حركة المخزون دفترياً (الصادر والوارد) بإستخدام بطاقة تدعى بطاقة الصنف أو بطاقة حركة المخزون ،التي يسجل فيها الكميات الداخلة للمخزن ، والمنصرفة منه ، وتواريخها، وأسعارها وذلك طوال فترة السنة المالية . يفيد هذا الجرد أنه بالإمكان معرفة كميات الأصناف المخزنة وقيمتها في أي وقت نشاء .

86-Personal Banking Services **الخدمات المصرفية الشخصية**

تتخصص هذه الخدمات في التعامل مع الأفراد والعائلات وتقديم المساعدة لهم في عملية إنتقاء الخدمات المصرفية المناسبة لطبيعة مركزهم المالي .

87-Personal Decision **قرار شخصي**

هو أحد أنواع القرارات التي يصنعها المديرون والرؤساء داخل المنظمة ، وتتصل بهم شخصياً أكثر مما تتصل بتسيير العمل فيها ، أي أن تأثيرها ينعكس على صانعها فقط ، كأن يتقدم أحد المديرين بأخذ إجازة إدارية سنوية في فصل الصيف من أجل الراحة والإستجمام ، وبالتالي نجد أن هذه القرارات لا يمكن أن تفوض للآخرين لأنها شخصية .

88-Personal Loan **القرض الشخصي**

نوع من القروض التي تمنحها المصارف للأفراد فقط ، فالفرد وملاءته وسمعته الشخصية هما أساس منحه القرض .

89-Personal Mastery Training **تدريب البراعة الشخصية**

هو أحد مكونات برنامج التعلم المستمر الذي يُستخدم لدعم عملية التدريب ، بموجبه يعلم المتدرب كيف يستخدم قدراته الذهنية في عملية الإبداع ، وكيف يبحث وبشكل دائم عن الأشياء الجديدة خلال حياته وعمله .

90-Personal Selling **البيع الشخصي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Direct Selling
البيع المباشر

91-Personality **الشخصية الإنسانية**

هي مجموعة الخصائص النفسية والعقلية والفسيولوجية والخلقية والإجتماعية الطبيعية والمكتسبة ، التي يشكل مجموعها نظاماً كلياً متفاعلاً متكاملاً يسمى "ذات الإنسان" ، الذي من خلاله (الشخصية) يتعامل الفرد مع البيئة والمواقف التي تواجهه مع الآخرين ، وهذا النظام له ذاتيته وإستقلاليته ، لذلك لانجد شبهاً تاماً بين شخصين . وقد وصف المختصون هذا النظام بأنه مفتوح أي أنه يكتسب الكثير من الخصائص (قيم ، عادات ، تقاليد ، مفاهيم ...الخ) من المجتمع المتواجد فيه فهو كالإسفنجة يمتص السوائل مع مرور الزمن . والشخصية الإنسانية ذات صفة ديناميكية أي أنها تتطور إما للأفضل والأحسن أو الأسوأ ، وذلك حسب نوعية الوسط الذي تعيش فيه وتكتسب منه الخصائص ، وبالتالي فطاقات الإنسان وما يمتلكه من قدرات ، هي همزة الوصل بينه (شخصيته) وبين البيئة المحيطة به .

92-Personality Questionnaire Test **إختبار إستقصاء الشخصية**

مجموعة من الأسئلة المصممة والمعدة بشكل مسبق يجيب عنها الفرد الخاضع للإختبار ، حيث من خلال تحليل إجاباته يكون بالإمكان الكشف عن معالم شخصيته ، فعندما يُسأل الشخص مثلاً : هل لديك

أصدقاء أجاب لي صديق واحد ، أين تمضي وقت فراغك أجاب في البيت ، هل تزور أقرباءك أجاب قليلاً جداً ، فمن هذه الإجابات يتضح أن شخصية هذا الشخص إنطوائية . ويستخدم هذا الإختبار في مجال عملية إختيار الموارد البشرية للتوظف ، حيث يهدف إلى تحديد نمط شخصية المتقدم للعمل ومقارنتها مع طبيعة الشخصية المطلوبة للوظيفة لتحديد مدى صلاحيته للتعيين ، فوظيفة مندوب مبيعات مثلاً تحتاج إلى شخصية إجتماعية مرحة .

93-Personality Projective Test — إختبار إسقاط الشخصية

أسلوب يستخدم في مجال الإختبارات النفسية من أجل كشف معالم شخصية الفرد ، ويطبق في عمليات إختيار وتعيين الموارد البشرية في المنظمات . وفيه يُعرض على الشخص الذي يجري إختباره صورة أو شكل غامض ليس فيه فكرة أو معنى بل مجرد أشكال وألوان غير مفهومة ، ويُطلب منه أن يصف ما يراه ، علماً أن الصورة لا تحتوي على أي شيء . ففي عملية وصف الشخص لما يراه في الصورة ، يكون في هذه الحالة قد أسقط ما في نفسه من إنفعالات ووضح معالم شخصيته ، فإذا قال مثلاً إني أرى معركة ، يفهم من ذلك أن شخصيته ميالة للعدوانية .

94-Personnel Management — إدارة الأفراد

هي التسمية والمهمة الأقدم لإدارة الموارد البشرية ، وهي إحدى وظائف المنظمة أو مشاريع الأعمال ، وتختص بكافة المسائل المتعلقة بشؤون العاملين داخل المنظمة منذ تاريخ تعينهم وحتى ساعة تركهم العمل فيها لأي سبب (تقاعد ، إستقالة ... الخ) ، ويتصف طابع عملها برسم السياسات وتنفيذها فقط وهي تمارس النشاطات التالية :

- تصميم وتحليل الوظائف .
- تخطيط إحتياجات المنظمة من العاملين (تخطيط القوى العاملة) .
- إستقطاب وإختيار وتعيين العاملين .
- تدريب وتنمية العاملين وتأهيلهم .
- رسم مسارات الترقية .
- تصميم أنظمة تقييم الأداء ، تأديب العاملين ، الرواتب والأجور ، السلامة والصحة المهنية .
- تحفيز العاملين .

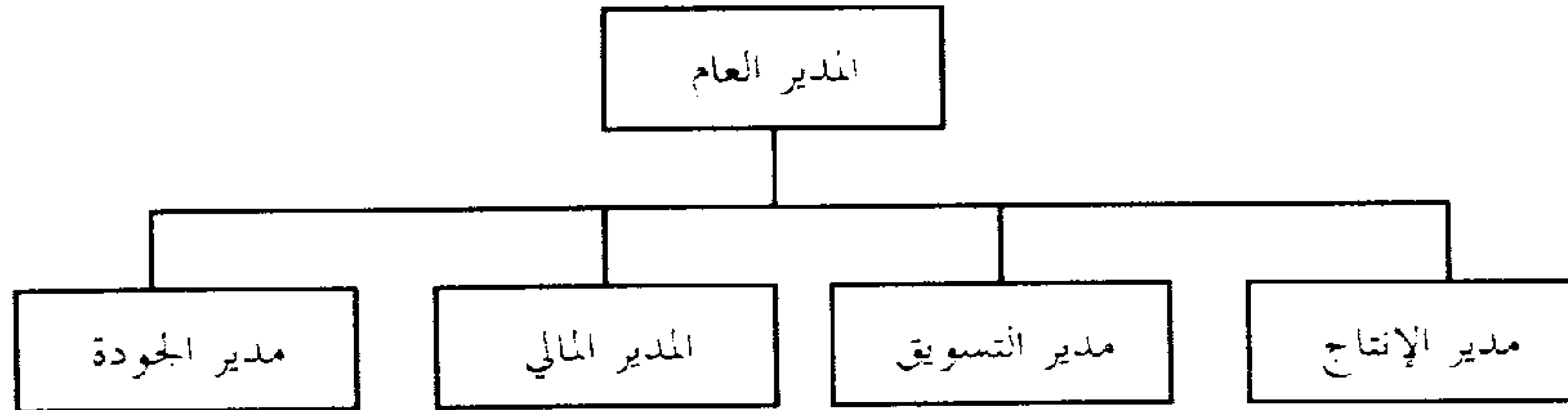
وتهدف هذه الإدارة إلى تحقيق هدف أساسي وهو رفع كفاءة وفاعلية أداء العاملين من خلال معادلة مستوى الأداء : المقدرة × الرغبة .

95-Personnel Officer — ضابط الأفراد

تسمية أطلقت على مشرفي شؤون الأفراد في المصانع البريطانية في الثلاثينات من القرن الماضي ، حيث كانت مهمتهم في هذه المصانع رعاية شؤون العمال ، وتوفير برامج التدريب لهم ، وقد بلغ عددهم في المنظمات البريطانية عام 1943 / 5500/ مشرفاً تقريباً .

الخريطة التنظيمية على أساس الأفراد 96-Personnel-Organizational Chart

هي التي يُذكر عليها أسماء مديري الإدارات أو وظائف المنظمة الرئيسة كما هو موضح بالشكل التالي:



جودة الأفراد في البيع 97-Personnel Quality in Selling

مجموعة من الخصائص التي نادت إدارة الجودة الشاملة بأن يتحلى بها العاملون في المنظمة في علاقتهم مع الزبائن وتركز هذه الخصائص على مايلي كنصائح موجهة إليهم : إستمع ، إفعل ، تحمل المسؤولية ، كن لطيفاً ، حاول جاهداً إرضاء الزبون وتحقيق توقعاته ، شجع نفسك على الإتصال المستمر بالزبون ، الزبون دائماً على حق ، إياك أن يغادر الزبون وهو مستاء ، إظهر إهتماماً بالزبون ، تأكد من أن الزبون راضي قبل مغادرته ، تحدث مع الزبون بشكل واضح ، تحلى بالصبر ، شجع الزبون على إبداء رأيه .

الإعلان الإقناعي 98-Persuasive Advertising

يسعى هذا الإعلان إلى إجراء مقارنة للمستهلك أو الزبون بين مزايا السلعة أو الخدمة المعلن عنها مع سلع أو خدمات المنافسين لها في السوق ، من أجل إقناعه بأن السلعة المعلن عنها هي أفضل منها وتتفوق عليها .

الإتصال الإقناعي 99-Persuasive Communication

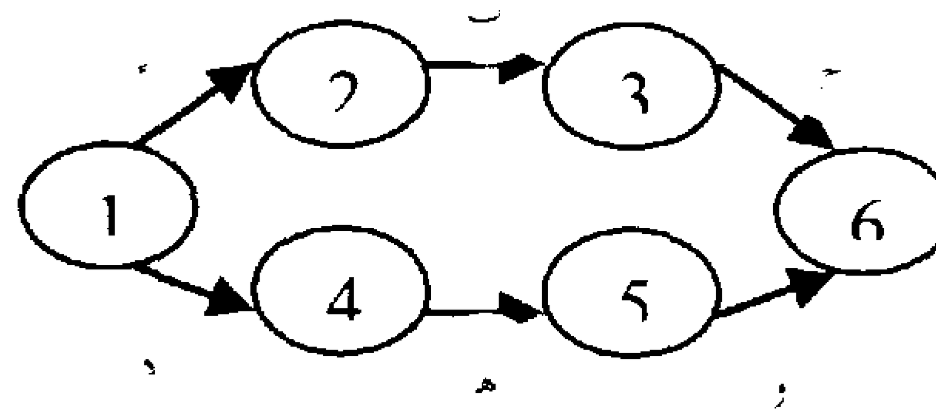
عملية اتصال تأخذ أشكال الإتصال الكتابي ، أو السمعي ، أو البصري ، وتهدف إلى تحقيق تأثير ملموس في إتجاهات وإعتقادات وسلوك الآخرين ، وهو وسيلة لحملهم نفسياً وفكرياً على فعل شيء ، أو الإعتقاد به ، أو الإقلاع عنه وعدم الإقتناع به . يفهم من ذلك أن الإتصال المقنع يعتمد بشكل أساسي على ما يمتلكه المتصل من مهارات إتصالية كالتحدث ، والإصغاء ، والكتابة ، والقدرة على إقناع الآخرين ، والمصداقية بين المتصل والمستقبل ، والخبرة ، والجاذبية ، وخصائص التشابه الموجود بين المتصل والمتصل به (في المعتقدات ، الجنس ذكر ،أنثى،الشخصية ... الخ) .

100-Persuation — إقناع

عملية ذهنية يمارسها شخص ويستهدف إحداث تغيير ما في الحالة الذهنية للشخص الذي يريد إقناعه بشيء معين ، وذلك من خلال الإتصال به ، وبشكل خاص عن طريق الإتصال الشخصي .

101-Pert Technique and Net Works — أسلوب بيرت وشبكات الأعمال

يُستخدم هذا الأسلوب في مجال صنع القرارات المتعلقة بتخطيط المشروعات ومتابعتها ومراقبة تنفيذها ، وخاصة الإنشائية منها كالأبنية والطرق وتعبيدها وتشييد الجسور . كلمة بيرت هي إختصار لتعبير : أسلوب تقييم البرامج ومتابعتها ومراجعتها Program Evaluation Review Technique ، حيث يساعد هذا الأسلوب على الوصول إلى أفضل نتيجة ممكنة لتنفيذ المشروع من خلال أعلى كفاءة ممكنة . ويعتمد على تقسيم تنفيذ المشروع إلى أنشطة متعددة ، لكن تنفيذها يتم في تتابع زمني منذ بدايته وحتى نهايته ، وعليه يمكن القول أنه يحدد العلاقة التتابعية بين الأنشطة ، والفواصل الزمنية بينها ، وزمن تنفيذ كل نشاط ، ومستلزمات تنفيذه ، وفريق العمل الذي سيقوم به . ويصور أنشطة التنفيذ وأوقاتها وتتابعها الزمني ، على شكل مخطط شبكي يدعى بشبكة الأعمال ، في ما يلي نموذج يوضح هذه الشبكة :



- تشير الدائرة إلى بداية ونهاية نشاط .
- يشير السهم إلى نشاط .
- يشير رقم (1) إلى بداية المشروع ورقم (6) إلى نهاية المشروع .

102-Peter Drucker Quality Model — نموذج "بيتر دركر" للجودة

يشتمل هذا النموذج عل الأفكار الأساسية التالية :

- رضى الزبون هو الغاية الأساسية لكل منظمة .
- لابد من وجود إستراتيجية خاصة بالمنظمة لتحقيق الجودة التي يرضى عنها الزبون .
- تصميم العمل يجب أن يكون قائماً على أساس تحقيق الأهداف .
- الأسلوب الإداري الفعال هو الإدارة بالأهداف .
- المورد البشري هو أهم عناصر الإنتاج .
- قاعدة الهرم التنظيمي هي الأساس في تحقيق الجودة .

- لابد من وجود معايير لقياس مستوى الجودة .
- التحسين المستمر للجودة مطلب أساسي .

103-Pessimistic Time Estimate **التقدير التشاؤمي (الزمن التشاؤمي)**

مصطلح يستخدم في مجال أسلوب متابعة وتقييم البرامج (PERT) أحد الأساليب الكمية في إتخاذ القرارات الإدارية ، ويشير إلى التقدير الأكثر تحفظاً لتوقع أسوأ الظروف من مشاكل ومعوقات ، تجعل إحتمالات تنفيذ المشروع منخفضة ، لمصادفة سوء الحظ في كل خطوة من خطواته ، مع إستبعاد الظروف غير الطبيعية جداً .

104-Petty Cash **النقدية الصغيرة**

مبلغ ضئيل من المال يُعهد به إلى موظف معين (سكرتير ، علاقات عامة ، مندوب مبيعات...الخ) يكون من صلاحيته الإنفاق منه دون الحصول على موافقة ، وذلك من أجل معالجة بعض المواقف العاجلة ، كشراء رجل العلاقات العامة لزهور من أجل إستقبال زائر على سبيل المثال ، أو شراء السكرتير لبعض الطوابع البريدية ...الخ .

105-Physical Attributes of Job Holders **الصفات الجسدية لشاغلي الوظائف**

هي الصفات البدنية التي تطلب الوظائف توفرها في شاغليها (خاصة الوظائف الصناعية والفنية) ، التي تمكنهم من تحمل أعبائها والجهد العضلي الذي تطلبه ، والتعايش مع الظروف المناخية والنفسية المحيطة بها .

106-Philip Crosby Quality Model **نموذج "فيليب كروسبي" عن الجودة**

"فيليب كروسبي" هو عالم الأعمال الأمريكي الذي إشتهرت أفكاره عن الجودة سنة 1979 والتي أهمها ما يلي :

- الجودة هي التي تتوافق مع حاجات ورغبات الزبون .
- العمل بدون أخطاء .
- التعلم والتدريب مستمرين .
- تحسين الجودة عملية مستمرة .
- تحقيق الجودة مسؤولية الجميع .
- ضرورة وجود نظام خاص بكل عملية .
- الإتصال المستمر بالزبائن ضرورة حتمية .
- الموردون هم خير دعم للمنظمة .
- وضوح السياسات والإجراءات مسألة هامة .

- العمال هم من يحقق الجودة ، فالإتصال المستمر بهم ضروري .

107-Physical Distribution Firms **شركات التوزيع المادي للسلع**

هي شركات تسويق تقدم خدمة النقل المادي للسلع وتخزينها ، وذلك في خط سيرها من المنتج حتى المستهلك .

108-Physiological Needs **الحاجات الفسيولوجية**

هي الحاجات الأساسية التي يسعى الإنسان إلى إشباعها للمحافظة على بقائه على قيد الحياة ، وتعتبر من أقوى الحاجات الإنسانية وأكثرها إلحاحاً ، وتظهر لدى الإنسان بشكل مستمر وبفواصل زمنية قصيرة ، كحاجة الجوع ، العطش ، المأوى ، المسكن ، الملبس وغيرها .

109-Picket **ناطور الإضراب**

شخص تكلفه النقابة العمالية ليراقب عملية إضراب يقوم بها عمال الشركة أو المؤسسة ، حيث يقف أمام بابها لكي ينهى العمال عن دخولها وممارسة عملهم فيها لكي ينجح الإضراب ، ويقوم بتسجيل أسماء العمال الذين لم يلتزموا بالإضراب .

110-Picketing **لافتة الإضراب**

لافتة مكتوب عليها أسباب الإضراب العمالي الذي حدث في الشركة ، يحملها ممثل النقابة الذي يُدعى بناطور الإضراب Picket ، ويسير بها لباب إدارة الشركة لتطلع على ما فيها .

111-Piece-Rat Pay System **نظام دفع الأجر على أساس القطعة**

نظام قديم أوجده شخص يدعى بـ "فريدريك تايلور Frederick Taylor" منذ مئة عام تقريباً في الولايات المتحدة الأمريكية من أجل دفع أجور العمال في المصانع ، وذلك على أساس كمية الإنتاج التي يحققها العامل في فترة زمنية أو زمن العمل . ويحتسب هذا الأجر على أساس تحديد أجر القطعة المنتجة الواحدة التي تسمى بمعدل أجر القطعة ، فبضرب كمية الإنتاج التي ينجزها العامل بمعدل أجر القطعة الواحدة ، نصل إلى أو نحسب أجره المستحق . وقد هدف تايلور من وراء هذا النظام إلى تحفيز العمال على الإنتاج ليحققوا نفعاً متبادلاً لهم وللمنظمة أو المصنع .

112-Place-Marketing **المكان (التوزيع) في مجال التسويق**

يشير هذا المصطلح التسويقي إلى مسألة توفير المنتج (أو الخدمة) للزبون المحتمل في الموقع الجغرافي والزمن المرغوبين من قبله . يتضح من ذلك أن هذا المصطلح ذو علاقة مباشرة بموضوع قنوات توزيع المنتج والنقل ، ويعتبر اليوم أحد عناصر المزيج التسويقي .

113-Placement **التعيين**

يقصد به تعيين الفرد المتقدم للعمل في المنظمة بوظيفة فيها تحت التجربة والتمرين ، بعد إجتيازه لجميع مراحل عملية الإختيار التي نفذها عليه إدارة الموارد البشرية . والتعيين هنا لا يعني التثبيت في الوظيفة التي عين فيها ، حيث لا يتم التثبيت إلا بعد إنقضاء فترة التجربة والتمرين ، التي يتوجب عليه إثبات مهارته ومقدرته خلالها .

114-Placid Randomized Environment — بيئة عشوائية هادئة

هي التي تكون متغيراتها مبعثرة وغير منتظمة في حركتها لكنها غير سريعة التغير أو الحركة ، ومن الصعوبة بمكان التنبؤ بهذه الحركة وردود فعلها ، وبالتالي فالتعامل معها يكون في ظل أو حالة عدم التأكد في ما يتعلق بنتائج القرارات ، وعليه فإستراتيجية المنظمة هنا قائمة على مبدأ التجربة والخطأ ، ولا ترقى لأن تكون إستراتيجية بل يمكن أن نصفها بالتكتيك .

115-Plan — خطة

هي النتيجة التي يصل إليها التخطيط ، حيث توضح خط السير العام الذي سيؤدي إلى تحقيق الأهداف المنشودة ، وبالتالي فالخطة توضح الأعمال ، والنشاطات ، أو ما يتوجب القيام به من أجل الوصول إلى إنجاز الأهداف الموضوعة ، وذلك على شكل برامج عمل محددة بزمن يجب التقيد به ، فهذه البرامج التفصيلية توضح أين ، ومتى ، وكيف ، ومن يؤدي كل عمل ونشاط ، والنتيجة التي يجب التوصل إليها . والخطط في المنظمة قد تكون شاملة أي على مستوى المنظمة ككل أو على مستوى واحد أو تغطي أحد مجالات العمل فيها .

116- Planned Production Capacity — الطاقة الإنتاجية المخططة

تمثل الطاقة الإنتاجية المقدرة في المنشأة ، لإنتاج أو تصنيع حجم معين من السلعة خلال فترة زمنية معينة ، وبالتالي فالطاقة المخططة يجب أن تكون طاقة فعلية أي متاحة تقع ضمن إمكانات المنظمة ، أي أنها قادرة على توفيرها وتنفيذها .

117-Planning — التخطيط

يتم بموجبه تحديد الأهداف ، ووضع الخطط للوصول إليها ، وصنع القرارات في ظل بدائل متعددة من أجل تحقيق الأهداف الموضوعة . ويتعامل التخطيط مع المستقبل الذي يكتنفه الغموض، وفي بيئة يوجد فيها العديد من المتغيرات ، يستدعي الأمر معها القيام بعملية تنبؤ من أجل تخفيف حدة هذا الغموض ، ومعرفة إتجاه هذه المتغيرات ليسهل التعامل معها . ويسبق التخطيط جميع عناصر العملية الإدارية (التنظيم ، التوجيه ، الرقابة) ، بل يسبق أي عمل يراد تنفيذه ، فهو يرسم خط التنفيذ ، وينير الطريق للوصول إلى الهدف الذي يعتبر نقطة بداية ونهاية أي عمل . ويعمل التخطيط في ضوء جدولة زمنية تحدد تاريخ بدء تنفيذ الأعمال وتاريخ إنتهائها .

118-Planning-Programming-Budgeting System (P.P.B.S) **نظام تخطيط وبرمجة الموازنة**

هو أحد المصطلحات المستخدمة في مجال الإدارة العامة ، وبشكل خاص في مجال التخطيط الإقتصادي والمالية العامة ، ويقوم على الأسس التالية :

- تحديد دقيق للأهداف الوطنية (على مستوى الدولة) وترتيب أولوياتها .
- تحديد البدائل المحققة للأهداف والمفاضلة بينها وإختيار أنسبها .
- وضع البرامج التي من خلالها سيتم تحقيق الأهداف مع تحديد مداها الزمني .
- تحديد الموازنة المالية اللازمة لكل برنامج .
- رفع مستوى الأداء الحكومي لضمان الحصول على نتائج وخدمة للمواطن توازي الأموال التي تم إنفاقها .

119- Planning Skill **مهارة التخطيط**

إحدى وظائف المديرين وإحدى مكونات العملية الإدارية التي عليهم القيام بها ، وتعبر عن المقدرة التي يتوجب توفرها لديهم بحيث تمكنهم الأخذ بعين الإعتبار ما يمكن أن يقدمه المستقبل للمنظمة والعمل فيها من خلال عملية التنبؤ ، وما هو تأثير ذلك فيها ، وما هي المتطلبات اللازمة التي يجب وضعها وتبنيها اليوم من أجل التعامل مع ما يقدمه المستقبل ، وبالتالي فمهارة التخطيط تحتاج إلى القدرة على التنبؤ ، وكذلك القدرة على تحديد الأهداف ووضع الخطة المناسبة لتحقيقها ومتابعتها وتقييمها .

120-Plant Building Designing **تصميم بناء المصنع**

عملية يتم من خلالها تحديد مساحة بناء المصنع ، وتحديد قوة تحمل أرضيته في ضوء ثقل وحجم الآلات والمعدات وعددها . كما يتم من خلالها تحديد في ما إذا كان البناء سيتكون من طابق واحد أوعدة طوابق. كذلك تحديد شبكة الصرف الصحي ، وشبكة المياه والكهرباء والمظهر الخارجي للمصنع ، ونوعية المواد التي سوف تستخدم في عملية البناء . و يجري تحديد هذه الأمور في ضوء متغيرات عدة أهمها : نوعية وطبيعة الإنتاج ، وحجم العمل في المصنع ، وقيمة الأرض ، وخطط التوسع المستقبلية ، وجوانب السلامة والحماية من المخاطر ، والتكلفة ...الخ .

121-Plant Layout **التخطيط (التصميم) الداخلي للمصنع**

عملية يتم بموجبها تحديد الأقسام الإنتاجية أو خطوط الإنتاج وتتابعها ، وتوزيع الآلات والمعدات عليها، وبالتالي فهو تحديد لمسارات العمل الإنتاجي داخل المصنع ، وذلك حسب مكونات مراحل تصنيع المنتوج، بشكل يحقق التصميم السهولة في العمل الإنتاجي وتدفقه ، وفي حركة إنتقال العنصر البشري والمنتوج دون وجود عوائق أو مشاكل أو مخاطر تهدد حياة العاملين ، وذلك في سبيل تحقيق مستوى كفاءة عالية في

العمل الإنتاجي داخل المصنع . وبوجه عام يلعب نوع المنتج ، وحجم العمل ، دوراً مؤثراً في تحديد التصميم الداخلي الأفضل .

122-Plant Register **سجل المصنع**

سجل يصنف الآلات والمعدات المستخدمة في تصنيع المنتج داخل المصنع ، ويحتوي على معلومات تفصيلية عنها تشمل : مصدر شرائها ، تاريخ الشراء ، قيمتها ، إستهلاكاتها ، مكان وجودها داخل المصنع، مواعيد صيانتها ، تكاليف إصلاحاتها .

123-Plateaunig **إنتظار الموظف المرشح لدوره في الترقية**

فترة زمنية غير محددة يبقى الموظف الذي إستحق الترقية خلالها في وظيفته الحالية ، ريثما تخلو الوظيفة الجديدة الأعلى المرشح للترقية إليها .

124- Plateaued of Career **فترة إنتظار الموظف في وظيفته الأخيرة لحين بلوغه سن التقاعد**

يعبر هذا المصطلح عن وصول الموظف لنهاية مساره الوظيفي المحدد له من قبل المنظمة التي يعمل فيها ، حيث عند هذه الوظيفة (المنصب) الأخيرة تتوقف ترقياته وينتظر لحين بلوغه سن التقاعد ليتقاعد من عمله في المنظمة . فمثلاً إذا كان سن التقاعد /60/ سنة وبلغ موظف ما نهاية مساره الوظيفي في سن الـ /55/ سنة ، معنى ذلك أنه سيبقى في هذه الوظيفة مدة خمس سنوات وفي نهايتها يحال إلى التقاعد .

125-Please Don't Hurry I am Hurry **من فضلك لا تسرع فأنا مستعجل**

مصطلح يستخدم ليصف الآثار السلبية للسرعة في تنفيذ العمل ، التي غالباً ما تكون على حساب الجودة والتكلفة ، فالمغالاة في سرعة الأداء سيكون لها آثار سلبية على إنجاز العمل . وصاحب هذه المقولة رئيس الوزراء البريطاني المعروف "ونستون تشرشل" ، الذي كان يخاطب سائق سيارة الأجرة (التاكسي) بألا يسرع في قيادة السيارة ، لأن السرعة يصاحبها إحتمال وقوع حادثة سير تحول أو تأخر وصوله إلى المكان المقصود . ويقابل هذه المقولة مقولة عربية شهيرة ومعروفة هي : "في العجلة الندامة وفي التأني السلامة " وقول آخر هو : وصولك متأخراً خير من عدم وصولك ".

126-Pluralist Perspectives of Goals **تعددية وجهات النظر حول الأهداف**

وجهة نظر تفترض بأن أهداف إدارة المنظمة والعاملين فيها يوجد بينها إختلاف وتباين ، لكن الجميع مقتنع ويبحث عن حلول لتسوية هذا الإختلاف وتحقيق التكامل بينها ، للوصول إلى مبدأ وحدة الهدف .

127-Point Method –Job Evaluation **طريقة (أسلوب)النقط في تقييم الوظائف**

إحدى الطرق الكمية التي تُستخدم في مجال تقييم الوظائف ، يتم التقييم بموجبها عن طريق تحديد معايير التقييم وتحديد وزن (أو قيمة) لكل معيار منها يعبر عنه بعدد من النقاط ، وتتحدد الأوزان حسب مدى أهمية المعايير . وتنحصر مهمة المقيم في تحديد مدى أو درجة توفر معايير التقييم في الوظيفة التي يجري تقييمها بعدد النقاط . فمثلاً إذا كان وزن معيار المسؤولية /20/ نقطة من أصل المجموع الكلي لأوزان المعايير وهو /100/نقطة ، يتوجب على المقيم أن يعطي كل وظيفة بالنسبة لمعيار المسؤولية عدداً من النقاط ما بين /1-20/ نقطة . فإذا أعطى وظيفة ما لمعيار المسؤولية المترتبة عليها20/15 ، معنى ذلك أن أهمية المسؤولية لهذه الوظيفة هو /15/ نقطة . وفي نهاية التقييم تُجمع النقاط التي حصلت عليها كل وظيفة من خلال المعايير وأوزانها ، بحيث يوضح هذا المجموع قيمة الوظيفة الواحدة ، التي على أساسها يحدد راتبها أو أجرها فيما بعد .

128-Point Purchasing Re-Ordering — نقطة إعادة أمر الشراء

مستوى أو كمية المخزون من الصنف الواحد الذي عندما يصل إليه رصيده في المخزن ، يتوجب العمل على إعادة شرائه ثانية ، وبالتالي فهذه النقطة أو المستوى هو بمثابة إنذار لإدارة المواد بأن رصيد الصنف قد قارب على الوصول إلى مستوى إحتياطي الطوارىء ، ويتوجب الأمر معه إعادة طلب شرائه .

129-Policy — السياسة

هي عبارة عن مجموعة من القواعد والأسس التي تضعها المنظمة ، لكي تتقيد بها الإدارات عند صنعها للقرارات وتنفيذ الخطط الخاصة بها . وبالتالي فهي عبارة عن دستور عمل يضع الإطار العام الذي يوضح التفكير والعمل ، فتبين لنا كيف ولماذا نتصرف بطريقة معينة دون أخرى من أجل تحقيق الأهداف . وعليه فالسياسة مرشد للتفكير والعمل معاً ، فهي تنير الطريق من أجل الوصول إلى الهدف المطلوب بشكل صحيح وسليم . والسياسة أنواع ، فهناك سياسات حسب المستوى الإداري ، وسياسات حسب مجال العمل أو النشاط (سياسة إنتاج ، سياسة مالية) ، وسياسات عامة وتفصيلية ، وسياسات ضمنية تكون عادة غير مكتوبة ، حيث درجت المنظمة على إتباعها وصارت تقليدا جارياً فيها .

130-Policy Determination — إقرار السياسة

ويسميه بعضهم بإعتماد السياسة ، الذي يعني الموافقة عليها بشكل نهائي من قبل الجهة صاحبة السلطة المخولة بذلك . وبعد إقرار السياسة تصبح عندئذ سارية المفعول ، ويستوجب الأمر الإلتزام بها من قبل صانعي القرار .

131-Political Environment — البيئة السياسية

تمثل النظام السياسي السائد في البلد في ما إذا كان رأسمالياً أو إشتراكياً أو شيوعياً ، فالنظام السياسي

يلون النظام الإقتصادي بلونه ، فالشيوعية مثلاً تشير إلى إمتلاك الدولة لجميع وسائل الإنتاج ، وبالتالي يمكن القول أن إستثمارات القطاع الخاص فيه تقريباً معدومة ، وهذا عكس الحال في النظام الرأسمالي الذي يعتمد على الإقتصاد الحر وآلية السوق ، اللذان يشجعان على الإستثمار من قبل القطاع الخاص ، ويعتبره الشريك الفاعل في التنمية الإقتصادية في الدولة .

132-Political Personality — شخصية سياسية

يسعى صاحب هذه الشخصية ويصب جل إهتمامه للحصول على القوة والنفوذ ، من خلال إكتساب أكبر قدر من السلطة التي تمكنه من التحكم بالآخرين ، ويتصف بالمرونة العالية .

133-Polygraph Test — إختبار البوليجراف

الـ Polygraph مقياس إلكتروني يستخدم لقياس نبضات القلب والشرايين وكهرباء الدماغ من أجل كشف الكذب لدى البشر . ويستخدم في مجالات كثيرة منها ميادين الأعمال ، وبشكل خاص في عملية إختيار الموارد البشرية وتعيينها في المنظمات ، حيث يخضع المتقدم لطلب التوظيف لهذا الإختبار في حالتين: الأولى لمعرفة درجة الأمانة الموجودة لديه من أجل التعيين في الوظائف التي تحتاج إلى درجة عالية من الصدق والأمانة ، كوظائف الأمن والجيش والمصارف ...الخ . والثانية للتأكد من صحة المعلومات التي أدلى بها المتقدم في طلب توظيفه ، وبشكل خاص بالنسبة للمتقدمين لوظائف إدارية هامة .

134-Poor Management — الإدارة الضعيفة

هي الإدارة التي لا تمتلك الإمكانات والمهارات اللازمة من أجل تخطيط العمل ، وتنظيمه ، وتوجيهه ، ورقابته ، وتنسيقه ، وصنع القرارات الصائبة في هذه المجالات ، فهي لا تعرف كيف تدير العمل بشكل صحيح وتحل مشاكله ، نتيجة إفتقارها للقدرات اللازمة لذلك .

135-Portfolio Career — محفظة مسارات العاملين الوظيفية

هو أحد أنواع المسارات التنظيمية التي ترسمها إدارة الموارد البشرية في المنظمات ، الذي بموجبه يُفتح للعاملين عدة مسارات (فرص) للترقي خلال حياتهم الوظيفية في المنظمة لحين بلوغهم سن التقاعد ، وعدم حصرهم بمسار واحد يعتمد على التخصص الذي بموجبه لا يرقى الموظف لوظيفة أعلى إلا إذا كانت واقعة ضمن تخصصه .

136-Portfolio Formula Timing Plan — خطة معادلة زمن محفظة الأوراق المالية

وفقاً لهذه الخطة يقوم المستثمر بتعديل هيكل محفظته للأوراق المالية طبقا لما يتوقعه من تغير في الأسعار مستقبلاً ، والقاعد هي أن المستثمر يشتري الأوراق المالية بعد إنخفاض سعرها ، ويقوم ببيعها بعد أن يرتفع سعرها . وتتم عملية البيع بطريقة آلية على كمية معينة أو شبه محددة من أوراق المحفظة .

137-Portfolio Performance Evaluation — تقييم أداء المحفظة الإستثمارية

هو النفع الذي حققته الأوراق المالية التي تتشكل منها المحفظة الإستثمارية على مدى فترة زمنية محددة . ويتم تحديد مقدار المنفعة من خلال معيارين هما : العائد والمخاطرة .

138-Position — الوظيفة

هي النواة التي يتشكل منها الهيكل التنظيمي لأية منظمة ، وتمثل وحدة الأداء التنظيمي فيها ، ويعمل فيها فرد واحد ، وبالتالي فالوظيفة الواحدة تشتمل على عدد محدد من المهام والمسؤوليات التي يؤديها شخص ، ويُمارس فيها حد معين من السلطة يختلف من وظيفة لأخرى ، في سبيل تحقيق الهدف المحدد لها .

139-Position Analysis Questionnaire Method — أسلوب إستقصاء تحليل الوظيفة

ويرمز له بالأحرف (PAQ) وهو أحد الأساليب المستخدمة في تحليل الوظائف وصممه "إيرنست مكورميك Ernest McCormick "وهو على شكل قائمة تشتمل على (194) بنداً تعكس أو توضح أبعاد الوظائف التي يراد تحليلها كالسلوك ، ظروف وأحوال العمل المناخية والإجتماعية المفروض أن تؤدى في ظلها معظم وظائف المنظمة . وهذه البنود مصنفة ضمن ستة أقسام كل قسم منها يشتمل على بنود فرعية وهذه الأقسام ما يلي : المعلومات التي يحتاجها أداء الوظيفة ، العلميات الذهنية التي تتطلبها الوظيفة، الجهد الفسيولوجي المطلوب ، العلاقات مع الآخرين ، بيئة الوظيفة ، خصائص متنوعة أخرى . ولكل البنود التي تشتمل عليها قائمة الإستقصاء مقياس مكون من ستة مستويات توضح درجة توفر البند في الوظيفة التي يجري تحليلها ، فبمقارنة المعلومات المجموعة عن الوظيفة مع البنود ، يتمكن المحلل من إعداد تحليل الوظيفة ، الذي يوضح طبيعتها وأبعادها ومتطلبات أدائها .

140-Position Principle — مبدأ الوظيفة

هو أحد مبادئ الإدارة ويشير إلى أن إحداث الوظائف في المنظمة يكون حسب متطلبات العمل وحاجاته وليس على أساس الأفراد ومراكزهم ومؤهلاقم ...الخ فالوظيفة لا تتأثر بشاغلها ، لأن الفرد يشغل الوظيفة بواجباقا ومسؤولياقا وحقوقها ، فعملية إختياره وتعيينه تكون من خلال تطابق مواصفاته مع مواصفات الوظيفة وليس العكس .

141-Position Succession Planning — تخطيط تتابع عمليات الترقية

عملية يتم بموجبها إعداد خريطة تنظيمية توضح الوظائف الموجودة في كل مستوى إداري في المنظمة وإسم المدير الذي يشغلها ، وموعد ترقيته المقبلة ، وتاريخ إحالته للتقاعد . فمن خلال هذه العملية يكون بالإمكان تخطيط عمليات الترقية من الوظائف الأدنى للأعلى عندما تخلو إحداها ، بحيث يكون معروفاً بشكل مسبق تاريخ ترك المدير للعمل بسبب التقاعد ، ومعرفة المدير في المستوى الإداري الأدنى المؤهل

والذي ينتظر أن يترقى لوظيفة أعلى خالية . بهذا التخطيط نضمن وجود بدائل جاهزة أو صف ثاني من المديرين الجاهزين لشغل أية وظيفة رئاسية خالية أو شاغرة في أي مستوى إداري عند الحاجة .

142-Positive Behavior Effect Error — خطأ التأثر بالسلوك الإيجابي

يحدث هذا الخطأ في مجال تقييم أداء الموارد البشرية ، حيث يتأثر المقيم وهو الرئيس المباشر عادة، بسلوكات إيجابية صادرة عن مرؤوسيه لا علاقة لها بشكل أساسي بجودة أدائهم ، مثل القدوم للعمل قبل موعد العمل الرسمي بوقت ، أو عدم الحصول على إجازات مرضية ...الخ ، فيأتي تقييم أداء مرؤوسه الذي تصدر عنه مثل هذه السلوكات إيجابياً . لا شك أن هذه السلوكات إيجابية ، لكنها ليست هي المعيار الأساسي الأول والأخير في تحديد مستوى أداء وكفاءة المرؤوس ، وبالتالي تكون نتيجة تقييم الأداء غير موضوعية .

143-Positive Control — رقابة إيجابية

هي الرقابة التي تهدف وتسعى إلى كشف الإنحرافات الإيجابية النافعة التي حدثت أثناء الإنجاز ، وتحليل ومعرفة أسبابها ، ووضع السبل للإستفادة منها بشكل أكبر وأفضل مستقبلاً .

144-Positive Costs — تكاليف إيجابية

هي النفقات التي تصرفها المنظمة وتحقق من ورائها عائداً أو قيمة مضافة تضاف للقيمة الكلية التي تحققها والتي يُعبر عنها بالمخرجات . هذا النوع من النفقات لا خطر منه ، وتعتبر نفقات إستثمارية لأن لها عائد مثال عليها : نفقات التدريب ، والبحث العلمي ، وخدمة الزبائن ..الخ .

145-Positive Economy — الإقتصاد الثابت (الإيجابي)

يقوم مفهوم الإقتصاد الثابت على أن هناك مجموعة من الأسس والمفاهيم الإقتصادية الثابتة التي لا جدل في صحتها بسبب تكرارها عبر التاريخ مثل : مفهوم إرتفاع السعر سيؤدي إلى إنخفاض حجم الطلب على السلع والخدمات ، فهناك إتفاق كامل تقريباً حول هذا المبدأ .

146-Potential Market — السوق المحتمل أو المتوقع

جميع الأفراد والمنظمات الذين تتوفر لديهم الحاجة والرغبة بشراء السلعة أو الخدمة التي تعرضها المنظمة للبيع ، مع توفر القدرة الشرائية لديهم على شرائها في فترة زمنية محددة ، وفي منطقة جغرافية معينة .

147-Potential Customer — الزبون المحتمل

هو المستهلك الذي تتوفر لديه الحاجة للسلعة (أو الخدمة) المطروحة للبيع في السوق ، ويمتلك المقدرة المالية الكافية التي تمكنه من شرائها ، ولديه الميل لإقتنائها ، ويفضلها على بعض السلع المنافسة لها في السوق ، وبالتالي هناك إحتمال أن يشتريها .

148-Power Coercive-Organizational Change strategy — إستراتيجية القوة القسرية في التغيير التنظيمي

تعتمد هذه الإستراتيجية في إحداث التغيير التنظيمي داخل المنظمة ، على إستخدام الإجبار والإكراه على تطبيق متطلبات التغيير من قبل العاملين ، فمن يقاوم التغيير أو يحاول إفشاله ، فسوف يعرض نفسه للعقاب الذي قد يصل إلى الفصل من العمل ، بمعنى أن هذه الإستراتيجية تؤكد على تصفية أية مقاومة للتغيير من قبل العاملين .

149-Power of Leadership — قوة القيادة

مصطلح يشير إلى المقدرة التي يمتلكها القادة ، التي تمكنهم من التأثير في سلوك تابعيهم أو مرؤوسيهم ، وتوجيهه الوجهة التي يريدونها ، وطاعتهم في ما يطلبونه منهم عن رغبة وقناعة ومحبة .

150-Power Want — حاجة النفوذ أو القوة

يسميها بعضهم بحب السيطرة ويعتبرونها حاجة (أي أقوى من الرغبة) لدى بعض الناس . فمن لديه هذه الرغبة أو الحاجة نجده يحب التحكم بالآخرين وبمصيرهم ، ويسعى للحصول على السلطة ، لأنها تمكنه من أمر الآخرين والتحكم بهم والإستحواذ على طاعتهم . إن الذين لديهم حاجة أو رغبة في النفوذ في المنظمات لا يقتنعوا بديموقراطية الإدارة والعمل ، فهم يحبون النمط الأوتوقراطي والتسلط في عملية الإدارة والتوجيه .

151-Predictive Maintenance — الصيانة التنبؤية

تمثل الإتجاه الحديث للصيانة ، وتهدف إلى التنبؤ بالمشاكل قبل حدوثها أو وقوعها . وهذا يتطلب الفحص المستمر لعمل الآلات والتجهيزات ، باستخدام التقنيات الحديثة . وتعتبر الصيانة الدورية (مثل تغيير القطع التي إنتهى عمرها التشغيلي) جزءاً وأداة مساعدة في تحقيق الصيانة التنبؤية .

152-Preferred Stock — سهم ممتاز

ويمثل حصة واحدة في رأس مال الشركة المساهمة ، وبالتالي فهو يعبر عن ملكية حامله في الشركة، وهو لا يخول حامله بممارسة حق التصويت في الإجتماع السنوي للهيئة العمومية للشركة ، لكن يعطيه الأولوية في الحصول على الأرباح قبل حامل السهم العادي . والسهم الممتاز قابل للإستدعاء في أي وقت تحدده الشركة ، أي أن حياته لا تمتد مع إمتداد حياة الشركة .

153-Preference Test — إختبار التفضيل

أحد الإختبارات المستخدمة في مجال إختيار الموارد البشرية من أجل التعيين في المنظمات ، ويهدف إلى الكشف عن رغبات وميول المتقدم للتوظيف ، لمقارنتها مع المواصفات المطلوبة لشغل الوظيفة المتقدم

للتعيين فيها ، لتحديد هل هو ملائم للعمل فيها أم لا ، حيث يوجه إليه قائمة من الأسئلة للكشف عن ما يرغب بوجوده في عمله ، كتوفر عنصر التحدي ، ومدى حبه لتحمل المسؤولية ، وعنصر الإثارة ، ومدى توفر فرص للتدريب والتنمية ، ومدى وجود إتصال مع الآخرين وخاصة الجمهور....الخ .

154-Preliminary Interview of (HR) Selection **مقابلة إختيار الموارد البشرية الأولية للتعيين**

تعتبر هذه المقابلة المرحلة الأولى في عملية إختيار المنظمة لمواردها البشرية ممن جرى إستقطابهم للعمل لديها . وتهدف إلى إستبعاد الأشخاص الذين لديهم مشكلة واضحة للعيان تحول دون توظيفهم ، كأن تكون الوظيفة مدرب رياضي في جامعة مثلاً وكان أحد المتقدمين إليها لديه إعاقة في رجله تحول دون ممارسته للعمل الرياضي . إذاً تركز هذه المقابلة على تحديد صلاحية المتقدم للتعيين للدخول في إجراءات عملية الإختيار اللاحقة أم عدم دخوله .

155-Premium **علاوة إضافية**

مبلغ من المال تدفعه المنظمات للعاملين لديها إضافة (أو علاوة) على رواتبهم وأجورهم ، ممن يمارس منهم مثلاً أعمالاً في ظل ظروف بيئية تشكل خطراً على صحتهم وسلامتهم ، أو الذين يبذلون جهداً أكبر من زملاءهم في العمل ، أو الذين يعملون في ظل ظروف غير مرغوبة وغير محببة إلى نفوسهم كالعمل في وردية الليل مثلاً .

156-Pre- Production Costs **التكاليف قبل الإنتاج**

مجموع ما تنفقه المنظمة الصناعية من أموال قبل البدء بإنتاج السلعة ، وتشمل نفقات تصميم المنتج ، وتطويره ، وتجربته قبل أن يصبح جاهزاً لعملية تصنيعه .

157-Presentation and Identification of Beneficiary **مراجعة المستفيد شخصياً والتثبت من هويته**

يستخدم هذا المصطلح في مجال العمل المصرفي الخاص بالحوالات ، حيث ينبغي على المستفيد شخصياً مراجعة المصرف الذي تم التحويل بوساطته ، لإستلام قيمة الحوالة المرسلة بإسمه .

158-Prestige Need **حاجة المكانة**

إحدى الحاجات الإنسانية التي يسعى بنو البشر إلى إشباعها ، فالوصول إلى منصب إداري وقيادي في المنظمة ، أو سياسي في الدولة ، أو خيري في المجتمع ...الخ ، هذا يعني أن الفرد قد حقق لنفسه موقعاً (مكانة) متميزاً ، يحصل من خلاله على إحترام الآخرين وتقديرهم لمكانته التي وصل إليها . بالطبع هذا التقدير والإحترام يكونا ظاهرين غير صادقين إذا وصل الفرد إلى المكانة عن طريق أساليب غير صحيحة

ملتوية . ويؤكد المختصون في هذا المجال أن من لديه حاجة المكانة يصاحبها عادة حاجة ثانية وهـي حـب السلطة التي تمكنه من تحقيق المكانة حسب قناعته .

159-Prestige Prices — أسعار التفاخر

يسعر بعض المنتجين سلعهم أو خدماتهم بسعر مرتفع ، ويوجهون هذا السعر لفئة معينة من المستهلكين أو الزبائن الذين لديهم إعتقاد بل وقناعة بأن السعر المرتفع يعني جودة عالية والعكس من ذلك صحيح . وأيضاً لفئة أخرى ذات دخل عالي التي تريد إقتناء سلع غالية الثمن ، بحيث لا يمكن لأي شخص إقتناءها بسبب سعرها المرتفع ، بهذه الحالة يتفاخرون بأنهم يستخدمون سلعة أو خدمة القليل من الناس يستخدمونها .

160-Prevent-Correct Improve Innovate Cycle — دورة إمنع . صحح . حسن . إبتكر

تمثل هذه الدورة بعناصرها الأربعة ذات الطابع المستمر الركيزة التي تقوم عليها إدارة الجودة الشاملة ، وبشكل خاص تحقيق الجودة وتحسينها المستمر وفي ما يلي شرح لكل عنصر منها :

- إمنع حدوث أي شيء غير مرغوب فيه .
- صحح الخطأ فور حدوثه .
- حسن الشيء الصحيح وأوجد طرقاً جديدة لأداء ما يؤدى حالياً وإن كان صحيحاً .
- إبتكر أشياء جديدة لم تؤدَ من قبل .

161-Preventative Control — الرقابة الوقائية

ويطلق عليها بعضهم تسمية "الرقابة التنبؤية" التي تهدف وتسعى إلى توقع الخطأ وإكتشافه قبل حدوثه ، للعمل والإستعداد لمواجهته مسبقاً ، والحيلولة دون وقوعه ، وهذا يعني أن الرئيس لا ينتظر حتى تأتيه المعلومات عن حدوث الخطأ بل يسعى هو إليه ، ويحاول كشفه قبل وقوعه ، وهذا الأمر يتطلب منه أن يشرف على العمل ويتابع تنفيذه بشكل مستمر ، حيث من خلال هذه الإستمرارية يمكنه أن يتنبأ بالإنحرافات المتوقع حدوثها ، ويستعد لها ويمنع هذا الحدوث .

162-Preventative Maintenance — الصيانة الوقائية

كشف دوري وفي مواعيد محددة مسبقاً على الآلات والتجهيزات الموجودة في المصنع ، من أجل إكتشاف الأعطال المحتملة الحدوث قبل وقوعها ، للعمل على تلافيها . كما تشتمل على عملية تغيير زيوتها وتشحيمها وتغيير قطع غيارها ...الخ في المواعيد المحددة ، تلافياً لخطر التوقف المفاجيء للآلات بسبب عطل يصيبها .

163-Price **السعر**

هو القيمة أو الثمن الذي يحدده المنتج للسلعة (أو الخدمة) عند بيعه لها في السوق للمستهلكين والزبائن ، وبالتالي فهو يعبر عن ما يريده مالياً لقاء سلعته أو خدمته . ويتكون السعر من تكلفة السلعة أو الخدمة مضافاً إليها نسبة مئوية من التكلفة تمثل الربح .

164-Price Discrimination **التمييز السعري**

عدم وجود سعر بيع موحد للسلعة للزبائن ، فالسعر يختلف من زبون لآخر . فعلى سبيل المثال الزبون الذي مضى على التعامل معه ولفترة زمنية طويلة ، يكون سعر البيع له أقل من زبون آخر ليست لديه هذه الصفة .

165-Price Followership Method **أسلوب التقليد (التبعية) في تسعير المنتج**

هو أحد أساليب تسعير السلع (أو الخدمات) ، الذي بموجبه يتم تحديد سعر بيع المنتج في ضوء أسعار الآخرين . فإذا وجدت المنشأة المسعرة بأن المنشأة الفلانية قد حددت سعر بيع سلعتها في منطقة معينة بسعر معين ، وقد نجح هذا السعر ولاقى القبول من قبل المستهلكين ، تقوم هي بتحديد سعرها بنفس هذا السعر .

166-Price Mark-Up **رفع السعر**

هي النسبة التي سيضيفها منتج السلعة أو الخدمة على سعر بيعها في جميع الأسواق التي يتعامل معها أو في سوق معينة .

167-Price Penetration Strategy **إستراتيجية إختراق السوق عن طريق السعر**

بموجب هذه الإستراتيجية تقوم المنظمة التي تبنتها ببيع سلعتها أو خدمتها للسوق بسعر أقل من سعر المنافسين . وينصح بإستخدام هذه الإستراتيجية في حالتين رئيستين :

- عندما تكون السلعة أو الخدمة مطروحة لأول مرة في السوق (جديدة) أي في المرحلة الأولى من مراحل دورة حياة المنتج وهي الولادة ، لكي يغري السعر المستهلكين للتعرف عليه وشرائه .
- زيادة الحصة السوقية ، حيث يعتبر السعر أداة من أدوات المنافسة .

وبوجه عام لا ينصح بإستمرار تبني هذه الإستراتيجية ، لأنها مع مرور الزمن ستؤثر سلباً في الأرباح .

168-Price Umbrella **المظلة السعرية**

إستراتيجية تسويقية تستخدم في مجال تسعير المنتجات التي ستطرحها الشركات في السوق ، ويشير مضمونها إلى ما يلي : إن بعض الشركات ذات الحجم الكبير ومن أجل تحقيق ربح كبير ولفترة قصيرة من الزمن تلجأ إلى طرح منتجها بسعر عالي في السوق ، هذا السعر العالي يخلق مناخاً سعرياً يساعد الشركات

الأخرى الأصغر حجماً والمنافسة على رفع سعر منتجها هي أيضاً ، وبالتالي يكون هذا السعر العالي الـــذي سعرت به الشركة الكبيرة المنتجة ، بمثابة مظلة وحماية سعرية للشركات الأصغر التي سعرت منتجها هـــي أيضاً بسعر عالي ، حيث يكون في هذه الحالة السعر العالي لدى الشركة الكبيرة حجة أو مبرراً لها لتحديد سعر عالي لمنتجها هي أيضاً .

169-Pricing **التسعير**

هو أحد عناصر المزيج التسويقي ، بموجبه يتم تحديد النسبة المئوية التي سوف تضاف إلى تكلفة الســلعة (أو الخدمة) ، حيث تمثل هذه النسبة الربح المراد الحصول عليه من وراء بيعها . وتحدد هـــذه النســبة في ضوء إعتبارات أساسية أهمها :

- التكلفة .
- السلع البديلة (عددها ، سعرها) .
- القوة الشرائية أو مستوى دخل الجمهور المستهدف وقدرته المالية على شراء السلعة أو الخدمة .
- الحالة الإقتصادية العامة في البلد (رواج – كساد – تضخم) .
- القوانين والتشريعات الحكومية .
- مدى تمتع السلعة أو الخدمة بالميزة التنافسية .

170-Pricing Policy **سياسة التسعير**

مجموعة من القواعد العامة الإرشادية التي تساعد على تحديد سعر بيع السلعة أوالخدمة في السوق ، ومن هذه القواعد (أو المعايير) تكلفة الإنتاج ، السعر المنافس ، ربح الصناعة ، الربح الذي ستتقاضاه قنوات البيع أو التوزيع ....الخ .

171-Prices Ceilings **سقوف الأسعار**

سياسة تتبعها الحكومات لتحقيق العدالة الإجتماعية والإقتصادية ، ويشير مضمونها إلى وضع حدود عليا أو سقف لأسعار السلع والخدمات التي يجب عدم تجاوزها ، للمحافظة على توفيرها وإســتقرار أســعارها لأبناء المجتمع .

172-Prices Floors **حدود الأسعار الدنيا**

سياسة تتبعها الحكومات لتحقيق العدالة الإجتماعية والإقتصادية ، ويشير مضمونها إلى وضع حـــد أدنى لأسعار السلع ، والخدمات ، والرواتب والأجور .

173-Primary Buying Motives **دوافع الشراء الأولية**

وتمثل شعور المستهلك بأن لديه حاجة أو رغبة يريد إشباعها ، وبالتالي فهي تمثل أولى مراحل التفكير في عملية شراء السلعة (أو الخدمة) لدى الجميع ، حيث في هذه المرحلة الأولية لا يفكر المستهلك بماركة السلعة ، أو مواصفاتها ، أو جودتها ، أو سعرها ...الخ ، فهذه الأمور لا يفكر بها إلا بعد أن يقرر بأن لديه حاجة معينة تحتاج إلى إشباع ، وأن لديه المقدرة المالية على شراء سلعة من أجل إشباع حاجته ، مثال على ذلك شخص كان مقر عمله قريباً من مسكنه ، إنتقل للسكن في ضاحية المدينة أي بعيداً عن مكان عمله ، وبعد فترة شعر بالتعب والإرهاق في المواصلات ، وأحسن بأنه بحاجة لشراء سيارة ، ولديه المقدرة المالية على شرائها بالتقسيط ، بناء عليه يقرر شراء السيارة .

174-Primary Extraction Industry — صناعة إستخراجية

هي التي تقوم باستخراج المواد الخام من الطبيعة : البحار ، الأنهار ، باطن الأرض ، الغابات ..الخ ، ومن أمثلة هذه المواد : المعادن ، الأحجار على إختلاف أنواعها ، النفط ..الخ . وهذه الصناعة مختصة فقط بإستخراج المواد الخام من الطبيعة دون إجراء أية عملية صناعية عليها .

175-Primary Financial Market — السوق المالي الأولي

هو أحد أنواع البورصات الذي يسميه بعضهم بسوق الإصدارات الجديدة ، الذي يتم فيه تداول الأوراق المالية الخاصة بالشركات تحت التأسيس ، والجديدة ، والقائمة فعلا التي تريد زيادة مواردها المالية .

176-Primary Needs — الحاجات الأساسية (الأولية)

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Physiological Needs
الحاجات الفسيولوجية

177-Prince and Servants Leadership Style — نمط قيادة الأمير والخدم

يشير معنى هذا المصطلح إلى وجود قائد قوي ذو نفوذ وديكتاتور ويعمل تحت رئاسته مجموعة من المرؤوسين الذين يُحكم عليهم السيطرة ويأمرهم فيطيعونه دون إبداء الرأي . فقد ثبت أن الرئيس القوي جداً غالباً ما يكون تابعيه ضعفاء ، والعكس من ذلك صحيح عندما يكون ضعيفاً يكون تابعيه أقوياء . لقد جاء بهذه الفكرة " أنتوني جاي AntonyGay التي إستمدها من فكرة ميكافيللي التي تقول : When the king is strong the Barons are weak, when the king is weak the Barons are strong .
عندما يكون الملك قوياً يكون البارونات ضعافاً، وعندما يكون الملك ضعيفاً يكون البارونات أقوياء .

178-Principle of Cause and Effect — مبدأ السبب والتأثير

يستخدم هذا المصطلح في مجال تشخيص وتحليل المشكلات وإيجاد الحلول المناسبة لها . فالمشكلة لا تحدث من لا شيء ، إذ لابد من أن يكون لها مسبب أو سبب الذي لا بد أيضاً من أن يكون له مصدر أدى إلى حدوثه أي أنه حدث بسبب تأثير عامل معين أوجد أو أحدث السبب الذي جعل المشكلة تحدث ، وفي ما يلي مثال يوضح ذلك : إذا وقعت لوحة أو صورة من على جدار معلقة عليه ، هنا قد يكون السبب المسمار ، الذي حدثت فيه خلخلة ، نتيجة لإهتزازات مستمرة (مصدر) أحدثتها ورشة تصنيع أبواب حديدية بنفس المبنى ، فوقع المسمار ووقعت معه اللوحة . وتجدر الإشارة إلى أن هذا المبدأ يقوم عليه مخطط السمكة الذي يطبق في تحديد المشكلات ومسبباتها ، أنظر تفصيلاً المصطلح : Fishbone Chart .

179-Principle of Efficiency — مبدأ الكفاية

هو أحد مبادئ الإدارة ويمثل هدف أية منظمة ويشير مفهومه إلى : ينبغي على المنظمات تحقيق أهدافها بأقل قدر ممكن من التكاليف ، أي أن تحقق مخرجاتها بأدنى قدر من المدخلات .

180-Privat Employment Agencies — أجهزة الإستخدام (التوظيف) الخاصة

ويسميها بعضهم بمكاتب العمل الخاصة التي تبحث عن فرص للتوظف في المنظمات للراغبين في العمل ، حيث تقوم بدور الوساطة بين المنظمات المحتاجة لموارد بشرية وبين الراغبين في العمل . ولأداء هذه المهمة تكون لديها كافة المعلومات المتعلقة بالراغبين بالعمل ، ونوعية ومواصفات القوى العاملة التي تحتاجها هذه المنظمات ، فبمقارنة المعلومات مع بعضها يمكن أن تحدد من هو المناسب ، وترسله للمنظمة ليقدم طلب التوظيف لديها . وتتقاضى هذه الأجهزة عادة أجراً من طالبي التوظيف لقاء هذه الخدمة ومن المنظمات أحياناً .

181-Privatization — الخصخصة

عملية إقتصادية إدارية يتم بموجبها تحويل الملكية العامة في البلدان الاشتراكية وغيرها (وخاصة النامية) إلى ملكية خاصة ، وذلك عن طريق بيع شركات القطاع العام التي تمتلكها الدولة للقطاع الخاص ، كخطوة للتوجه من الإقتصاد الموجه إلى إقتصاد حر . وقد ظهرت الخصخصة بعد إنهيار المعسكر الإشتراكي وتفكك الإتحاد السوفيتي ، كأداة إستخدمتها الدول ذات الإقتصاد الموجه لإعادة هيكلة إقتصاداتها بما ينسجم مع التوجهات الإقتصادية العالمية (العولمة) . ونود الإشارة إلى أن الخصخصة قد تحدث أيضاً في الدول الرأسمالية ذات الإقتصاد الحر ، وذلك عندما تبيع أحد مرافقها العامة للقطاع الخاص من أجل تقديم خدمة أكثر كفاءة وجودة ، على إعتبار أن مستوى جودة الأداء في المنظمات الخاصة أعلى من نظيرتها العامة .

182-Proactive Respond to External Environment — الإستجابة المسبقة الفعالة للبيئة الخارجية

يقصد بالإستجابة هنا تكيف المنظمة مع أحداث البيئة قبل حدوثها ، وذلك عن طريق القيام بعملية تنبؤ بيئي لمعرفة التغيرات المحتملة الحدوث التي تؤثر في نشاطها ، من أجل الإستعداد لها ومواجهتها بشكل مسبق ، فتكون عملية الإستجابة والتكيف مع هذه التغيرات أكثر فاعلية . فعلى سبيل المثال إذا توقعت الأوساط القانونية صدور قانون من أجل توفير التأمين على الحياة لكل الموظفين الدائمين في المنظمات ، عليها في هذه الحالة الإستعداد لذلك وتوفير الموارد المالية اللازمة لتغطية تكاليف التأمين قبل صدور القانون ، وذلك كي لا يحدث لديها إرتباك في مجال توفير السيولة اللازمة لذلك . كذلك المنظمة الناجحة هي التي تتنبأ بشكاوى زبائنها فتعمل على معالجتها قبل أن يقدموها لها ، بدلاً من أن تنتظر حدوث هذه الشكاوى لتقوم بمعالجتها . إذاً يمكن القول أن المنظمة الناجحة هي التي تتنبأ وتستجيب للحدث قبل وقوعه ، فتكون الأمور تحت سيطرتها نسبياً .

183-Probationary Period of Placement — فترة التعيين تحت الإختبار

ويسميها بعضهم بفترة التجربة والتمرين وتطبق على الأفراد الناجحين في عملية الإختيار ، حيث يخضع أداء وسلوك الفرد الناجح في الوظيفة التي عين فيها بعد التعيين للتقييم ولفترة زمنية محددة ، فإذا أثبت جدارة وكان سلوكه سليماً خلال هذه الفترة ، يثبت في الوظيفة التي عين فيها ، وإذا لم يكن كذلك يُستغنى عنه . وبالتالي يمكن القول بأن فترة التعيين تحت التجربة ، هي بمثابة الإختبار الأخير قبل التعيين بشكل نهائي في الوظيفة التي تم التعيين بها .

184-Problem — المشكلة

المشكلة بمعناها العام إنحراف معين عن شيء معياري مطلوب أو مقبول ، وهذا الإنحراف ذو أثر سلبي . والمشكلة إما أن تكون طارئة مفاجئة أي غير متوقعة ، أو تكون متوقعة . والمشاكل من حيث أهميتها أنواع: منها ما هو حيوي ، ومنها ماهو بسيط ، ومنها ما هو روتيني أي يتكرر حدوثها . والمشكلة من حيث طبيعتها تختلف من مجال لآخر ، حيث تتصف بصفة المجال الذي حدثت فيه ، فهناك مشاكل مالية ، ومشاكل تسويقية ..الخ .

185-Problem Diagnostic — تشخيص المشكلة

القيام بدراسة تحليلية للمشكلة من كافة جوانبها من أجل فهمها وتحديد ما يلي :

- مصدر المشكلة .
- الأسباب التي أدت إلى حدوثها .
- الآثار التي ترتبت عليها .

186-Problem Loan — قرض متعثر

هو حالة المقترض الذي أهمل (سواء عن قصد أو عن غير قصد) سداد واحد أو أكثر من إلتزاماته المستحقة على القرض للمصرف ، أو أن يشهد الضمان المرهون لصالح القرض إنخفاضاً كبيراً في قيمته .

187-Problem -Solution Order — ترتيب حل المشكلة

عملية يقوم بها صانع القرار وتشتمل على مجموعة من الخطوات المتتابعة التي من خلالها يعرف المشكلة ويضع حلها . فيقوم في البداية بتعريف المشكلة وفهما ومن ثم يحلل أسباها ، وفي ضوء نتائج التحليل يضع خطوات الحل التي يتوجب إتخاذها للوصول إلى الحل السليم لها .

188-Problem Solving Loop — عُرْوَةُ حل المشكلة

تعبر العروة في هذا المصطلح عن مجموعة من الأسئلة التي يتوجب على الشخص الذي يدرس مشكلة ما، أن يسألها لنفسه في البداية ويجيب عنها ، قبل الإنتقال إلى الخطوة التالية من حل المشكلة . وبالتالي فالعروة أو هذه الأسئلة يشكل مجموعها الخطوة الأولى في حل المشكلة ، حيث تعطيه رؤية واضحة عن طبيعة المشكلة ، وكيف ومتى وأين حدثت ، وهذه التساؤلات مايلي : ماذا ؟ متى ؟ أين ؟ من ؟ لماذا ؟ لمن ؟ كيف ؟ .

189-Problem- Solving Teams-Work — فُرق حل المشكلات

تُشَكَّلْ هذه الفرق بهدف التصدي للمشاكل التي تصادف العمل داخل المنظمات ، حيث يعمل أعضاء الفريق الواحد الذين هم من إختصاصات متنوعة ويمتلكون عدة مهارات ، على دراسة المشكلة وأبعادها ومسبباتها ، لإيجاد الحل المناسب لها ، وبعد إنتهاء مهمة الفريق يتم حله . يفهم من ذلك أن هذه الفرق هي فرق عمل مؤقتة وليست دائمة .

190-Procedural Knowledge — المعرفة الإجرائية

مجموعة من الأصول والقواعد المحددة التي تضبط تنفيذ عمل معين أو مهمة محددة التي يجب التقيد بها ، حيث من خلالها يتم تنميط تنفيذهما أو أدائهما من قبل العاملين ، وبالتالي فهي لا تتغير مع تغير من ينفذها، الذي يتوجب عليه الإلمام بها جيداً والتقيد بها .

191-Procedure — إجراء

مخطط تفصيلي يوضح تنفيذ العمل الواحد بكامل خطواته من بدايته وحتى نهايته ، وبالتالي فهو يوضح ما يلي :

- عدد ونوع خطوات العمل ، والأدوات المستخدمة في أداء كل منها ، والزمن اللازم لأدائها .
- من يؤدي كل خطوة .

- أين تؤدى كل خطوة .
- تسلسل تنفيذ الخطوات .

يفهم من ذلك أن الإجراء يعمل على تنميط تنفيذ العمل وتوحيده ، وهو ثابت لا يتغير مع تغير الأفراد الذين يعملون في تنفيذه ، ولا يتغير مع تغير الزمان والمكان أيضاً ، وبالتالي لا توجد حرية ومرونة في تنفيذه، وهو بمثابة معيار يمكن من خلاله الحكم على سلامة تنفيذ العمل الواحد .

192-Procedure Analysis — تحليل الإجراء

عمل تمهيدي يسبق عملية تبسيط الإجراء ، حيث في ضوء نتائج التحليل ، تتكشف للمحلل الثغرات الموجودة فيه التي على أساسها يعاد النظر فيه ، من خلال وضع مقترحات مناسبة من أجل معالجة الثغرات ومن ثم تبسيطه . ويشتمل هذا العمل التحليلي على مجموعة من الأسئلة تجب الإجابة عنها وهي :

- ما هو الإجراء المراد تبسيطه What .
- من الذي يؤدي الإجراء Who .
- لماذا يؤدى الإجراء Why.
- أين يؤدى الإجراء Where .
- كيف يؤدى الإجراء How .
- متى يؤدي الإجراء When .

193-Procedures of Selection and Placement — إجراءات الإختيار والتعيين

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Selection and Placement Process

عملية الاختيار والتعيين

194-Procedures Simplification — تبسيط الإجراءات

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Work Simplification

تبسيط العمل

195-Process Employees — موظفو العملية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Process Workers

عمال العملية

196-Process Leader - Business Reengineering — قائد عملية إعادة هندسة الأعمال

هو أحد المسؤولين التنفيذيين الكبار في المنظمة الذي يتولى زمام إدارة عملية إعادة الهندسة ، فهو يتبنى ويشجع الجهود العامة الكلية لهذه العملية ، ويمتلك الصلاحيات الكافية لدعمها . وأهم جانب في دور هذا الشخص ، هو ممارسة عملية إقناع العاملين بضرورة التغيير كحاجة ملحة يجب أن يتبنوها لصالح المنظمة وصالحهم ، فبدون هذا الرجل يمكن أن تبقى جهود إعادة الهندسة على الورق ولن تترجم إلى الواقع ، لذلك من الضروري أن تتوفر لديه رغبة وحماسة لتجديد العمل في المنظمة ، وتحسين وضعها للأفضل ، فهو الملهم والمحفز الذي يدعم إستثمار جهود كافة أعضاء المنظمة في عملية إعادة هندستها ودفعها للأمام .

197-Process Owner –Business Reengineering — صاحب العملية في إعادة هندسة الأعمال

هو المدير المسؤول عن تطبيق إعادة الهندسة في مجال معين (عملية محددة) داخل المنظمة ، ويعين من قبل قائد عملية إعادة الهندسة في المنظمة ، وتتركز مهمته على الجانب التطبيقي ، ويكون من داخل المنظمة التي يعاد هندستها ، وهناك عدة أصحاب للعمليات ، على أساس أن لكل عملية يراد إعادة هندستها صاحب خاص بها يختص بتوجيه وإرشاد عمل فريق إعادة الهندسة فيها ، الذي يتم تشكيله من قبله ، حيث يعمل تحت إشرافه وتوجيهه ، ويقوم بتحفيزه وتشجيعه للقيام بمهامه على الوجه الأكمل . كما يقوم صاحب العملية إلى جانب ما تقدم ، بمخاطبة الجهات المعنية بإعادة الهندسة والتنسيق معها داخل المنظمة .

198-Process Team — فريق العملية

هو أحد أركان إعادة هندسة العمليات Process Reengineering الذي يهدف إلى إلغاء التنظيم التقليدي لإنجاز العمل الواحد الذي يشترك في تنفيذه عدد من العمال أو الموظفين الموزعين (الموجودين) على عدة وحدات إدارية ، حيث يمر تنفيذ العمل أو العملية من وحدة لأخرى ، ويستبدل بتصميم جديد يعتمد على تجميع هؤلاء الموظفين في عملية واحدة ينفذونها مع بعضهم من بدايتها وحتى نهايتها ويسمون Process Workers وتحت إشراف واحد ، مما يؤدي إلى تكامل جزيئات تنفيذ العملية في عملية واحدة متكاملة ، وتكون مسؤولية إنجازها مسؤولية مشتركة بين الجميع ، من أجل تحقيق السهولة والسرعة والجودة في هذا الإنجاز . وتجدر الإشارة إلى أن موظفي العملية لا يمثلون الوحدات الإدارية التي كانوا ينتمون إليها .

199-Process Team-Business Reengineering — فريق العملية في إعادة هندسة الأعمال

مجموعة من الأفراد يكلفون بإعادة هندسة عملية معينة ، حيث يتركز عملها في تقديم الأفكار والمقترحات الجديدة اللازمة لإعادة هندستها ، فمن أفكارها ومقترحاتها يجري وضع تصميم جديد لتنفيذ

العملية ، ومن ثم تحويله من الورق إلى الواقع العملي ، وتجربته ومتابعة تنفيذه ، لحين التأكد من صلاحيته وفاعليته . ويتكون الفريق من قسمين : أعضاء من داخل العملية المراد إعادة هندستها ، وأعضاء من خارجها (من داخل المنظمة أو خارجها) . وعدد أعضاء الفريق يتراوح ما بين 5-10 أعضاء ، يتمتعون بمواصفات معينة أهمها ، القدرة على الإبتكار والإنسجام في العمل مع الآخرين .

200-Process Workers **عمال العملية**

جمع العاملين الذين يشتركون في تنفيذ وإنجاز عملية واحدة في عدة وحدات إدارية ، في فريق واحد وتحت إشراف جهة معينة (مدير العملية) ، وهم في هذه الحالة لا يمثلون الوحدات التي كانوا يعملون فيها، ولا يخضعون لإشرافها . هذا النمط الجديد في تصميم العمل هو أحد أركان إعادة هندسة العمليات في المنظمات .

201-Procurement Budget **موازنة المشتريات**

بيان تقديري يوضح إحتياجات المنظمة من أصناف مستلزمات عملها (مواد أولية ، قطع جاهزة الصنع، قطع غيار ...الخ) ، وكمياتها ، وأسعارها التقديرية ، وتغطي هذه الموازنة عادة إحتياجات سنة واحدة .

202-Procurement Management **إدارة المشتريات**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Purchasing Management

إدارة الشراء

203-Producer **مُنْتِجْ**

هي شركة (أو جماعة ، أو فرد) تقوم بتصنيع سلعة أو منتج ، أو تقديم خدمة من نوع معين . في ضوء ذلك نجد أن المنظمات تنقسم إلى قسمين : الأولى شركات صناعية تنتج سلعاً ملموسة (سيارة ، حذاء ، تلفزيون ...الخ) والثاني شركات تنتج (أو تقدم) خدمات (سلعة غير ملموسة) كالخدمة الفندقية ، والمصرفية ، والصيانة الفنية ...الخ .

204-Product **المنتوج (السلعة)**

هو مواد أولية أو خام أو قطع مصنعة ...الخ أجري عليها عملية تصنيع من قبل جهد إنساني متخصص بإستخدام عدد وآلات وتجهيزات ، فتحولت إلى شيء مادي يدعى السلعة (سيارة ، ملابس ، أغذية ...الخ) ، يمكن بوساطتها تلبية حاجة أو أكثر لدى المستهلك ، سواء أكانت هذه الحاجة ملموسة أو غير ملموسة . وتجدر الإشارة إلى أن بعضهم يجعلون هذا المصطلح يشمل السلعة والخدمة .

205-Product Addition Strategy **إستراتيجية إضافة منتج**

تشير هذه الإستراتيجية إلى ضرورة قيام المنظمة بإضافة منتج (أو خدمة) إلى قائمة منتجاتها ، أو إحداث تشكيلة سلعية (أو خدمات) أوسع من التشكيلة الحالية ، لمواجهة ظروف بيئية وسوقية معينة مثل : رواج إقتصادي ، منع الإستيراد ، ....الخ .

206-Product Consumer Opinion Questionnaire — إستقصاء رأي المستهلك بالمنتج

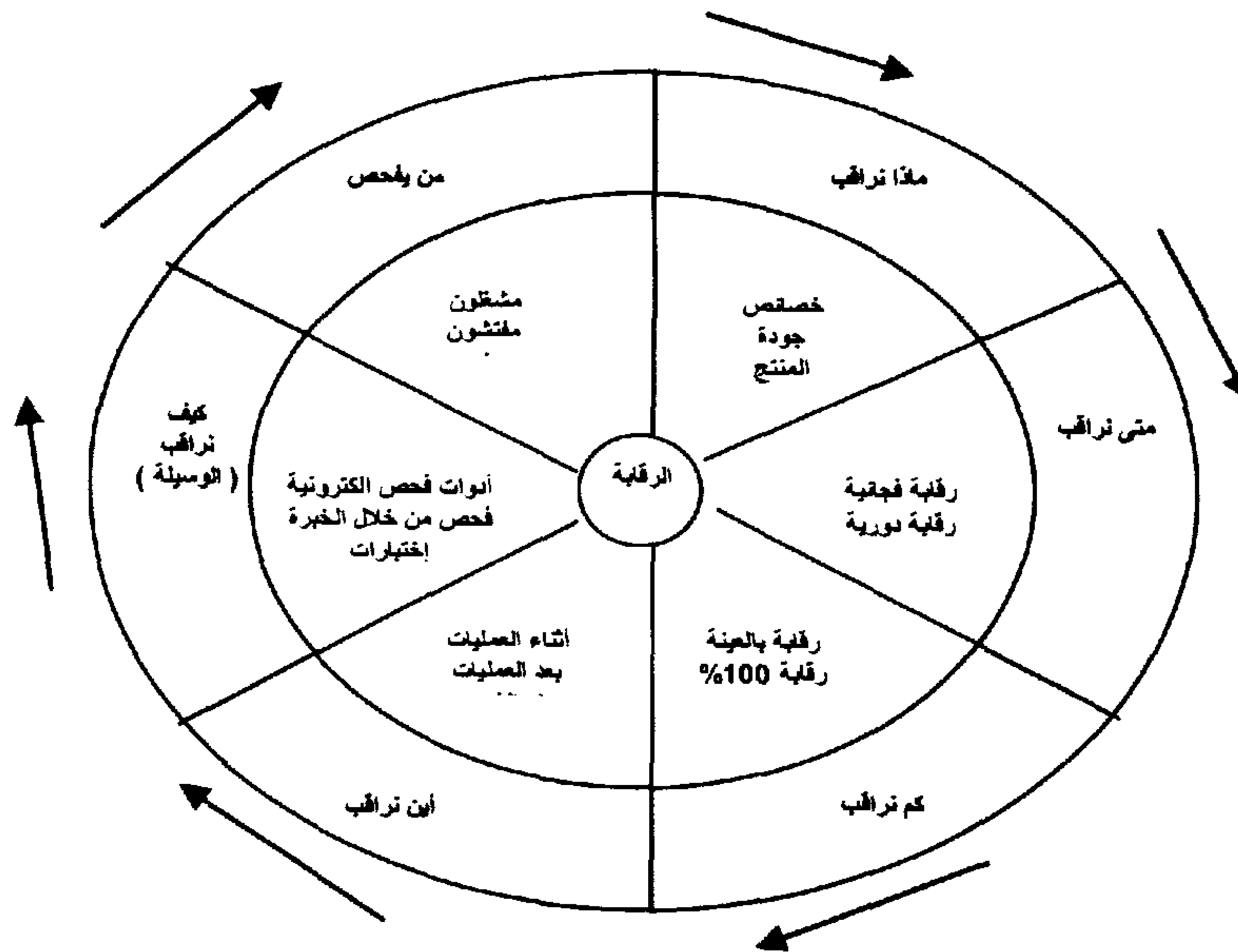
دراسة ميدانية إستقصائية تهدف إلى التعرف على رأي المستهلك بالمنتج المقدم إليه ، حيث تتمحور الأسئلة الموجهة إليه في ما يلي :

- ما الذي يعجبه في المنتج .
- لماذا يفضله على المنتجات المنافسة .
- ما هي أوجه النقص في المنتج .
- ماذا يريده في المنتج مستقبلاً .

في هذا النوع من البحوث يكون المنتج متيقظاً دائماً لإحتياجات ورغبات المستهلك وبشكل مستمر .

207-Product Control Process — عملية رقابة المنتج

مجموعة من الأسئلة التي تشكل مجموعها عملية الرقابة على المنتج ومراحل هذه العملية يمكن تصويرها بالشكل التالي :



208-Product Creates Its Own Demand — مُنْتَجْ يخلق الطلب عليه

سلعة أو خدمة تحمل مواصفات ومزايا (جودة ، سعر ، خدمة بعد البيع ...الخ) تتفوق أو تتميز بها عن السلع أو الخدمات المنافسة لها في السوق ، حيث يدفع هذا التميز إلى سعي المستهلك وراءها والبحث

عنها من أجل شرائها ، لأنها تقدم له منفعة أكبر من السلع والخدمات المنافسة الأخرى ، وهذا ما يسمى في مجال التسويق بالميزة التنافسية .

209-Product Deletion Strategy — إستراتيجية شطب المنتج

تشير هذه الإستراتيجية إلى ضرورة قيام المنظمة التي تنتج عدة سلع أوتقدم عدة خدمات ، بتقرير أي منها ستقوم بشطبها وإلغاء إنتاجها أوتقديمها وسحبها من السوق . ويتم تبني هذه الإستراتيجية عندما تجد المنظمة أن الظروف تستدعي ذلك ، مثل : وجود ركود إقتصادي ، دخول سلع منافسة تحمل ميزة تنافسية أكبر ، فتح باب الإستيراد ، إرتفاع تكلفة الإنتاج ...الخ .

210-Product Departmentalization — التقسيم الإداري على أساس المُنْتَج

هو أحد الأسس المستخدمة في مجال التقسيم الإداري لنشاط المنظمة وتصميم هيكلها التنظيمي ، بموجبه يتم إحداث وحدات إدارية خاصة بكل خط إنتاجي أو منتج .

211-Product Design — تصميم المُنْتَجْ

يشير مصطلح تصميم المنتج (أو السلعة) إلى وضع كافة المواصفات والمكونات والجودة المحددة للمنتج. ويكون التصميم على شكل رسومات هندسية تبين كافة التفاصيل الخاصة بالمنتج ، وتترجم فكرة التصميم إلى تعليمات وإرشادات مكتوبة يتوجب إنتاجها وإتباعها والسير بمقتضاها في عملية تصنيع السلعة . كما يشتمل التصميم على تحديد نوعية المواد والأجزاء المصنعة والنصف المصنعة التي سوف تستخدم في عملية إنتاج المنتج ، ومواصفاتها ، ومستوى جودتها . ويوضع تصميم السلعة في ضوء نتائج دراسة السوق للتعرف على إحتياجات المستهلك ، ومايريده ويرغبه في أن يكون موجوداً في المنتج .

212-Product Differentiation Strategy — إستراتيجية تمييز المُنْتَجْ

تشير هذه الإستراتيجية إلى ضرورة تمييز المنتج (أو الخدمة) عن غيره من منتجات المنافسين ، عن طريق توفير ميزة (أو أكثر) فيه غير موجودة في السلع المنافسة . ويتحقق التميز بطرق متعددة منها على سبيل المثال : الجودة ، السعر ، الخدمة بعد البيع ...الخ . ويعتبر التميز أداة فعالة تساعد على تسويق المنتج في السوق .

213-Product Diversification Strategy — إستراتيجية تنويع المُنْتَجْ

ويسميها بعضهم بإستراتيجية التشكيلة السلعية ، التي تمثل مجموعة السلع المتجانسة أو غير المتجانسة التي تقوم بإنتاجها منظمة صناعية ، لتلبية حاجات ورغبات شرائح أكبر من الزبائن أو المستهلكين بهدف تحقيق :

- زيادة حجم المبيعات والأرباح .

- كسب ولاء الزبائن بإشباع عدد أكبر من حاجاتهم .
- كسب زبائن جدد .
- توزيع المخاطرة على أكثر من بديل (سلعة) تطبيقاً لمبدأ " لا تضع البيض كله في سلة واحدة" .

214-Product Image Study — دراسة تصور المستهلك عن المُنْتَجْ

تمثل هذه الدراسة أحد بحوث التسويق ومفادها مايلي : يُكَونْ المستهلك في ذهنه عادة صورة معينة للمنتج تكون مرتبطة بالصفات والخصائص التي يعتقد بوجودها فيه (طريقة إستعماله ، فوائده ، مضاره وغير ذلك) . بالتالي تهدف هذه الدراسة التسويقية إلى إكتشاف هذه الصورة التي يكونها المستهلكون عن المنتج ، لأن هذا التصور أو الإدراك ، يؤثر في قرار شراء المستهلك للمنتج من حيث تفضيله على المنتجات المنافسة والبديلة أو عدم تفضيله . وتساعد نتائج الدراسة على تلافي السلبيات الموجودة في ذهنه وتدعيم الإيجابيات .

215-Product Inspection — فحص المُنْتَجْ

عمل يتم من خلاله فحص السلعة المنتجة ، للتأكد بأنها خالية من الأخطاء أو العيوب ، وأنها مطابقة للمواصفات ومعايير الجودة الموضوعة ، وذلك قبل تسويقها . ويتم الفحص بإستخدام أدوات وتقنيات حديثة ، أو بوساطة الخبرة البشرية كإستخدام حاسة الشم لفحص جودة العطور ، وحاسة التذوق في صناعة الأطعمة كالجبن مثلاً . وقد يستخدم الفحص الإثنين معاً التقنية والخبرة .

216-Product Life Cycle — دورة حياة المُنْتَجْ

يمر كل منتج يقدم للسوق بمراحل أساسية أربع ، يتوجب على مشاريع الأعمال ملاحظتها ودراستها والتعامل معها وفق الظروف المصاحبة لكل مرحلة ، وهذه المراحل ما يلي :

- التقديم Introduction : في هذه المرحلة يكون المنتج جاهزاً لتقديمه إلى المستهلك والسوق ، وقد يكون جديداً غير مألوف بالنسبة للمستهلك ، لذلك يتوجب تقديمه له بشكل يثير الفضول لديه ، ويدفعه للتعرف عليه وعلى منافعه ومزاياه .
- النمو Growth : في هذه المرحلة تحدث القناعة لدى المستهلك بأن المنتج يحمل ميزات أفضل من المنتجات الأخرى المنافسة ، ويحقق إشباعاً أفضل لحاجته ، وبالتالي يقدم على شرائه ويبدأ رقم المبيعات بالإرتفاع .
- النضوج Maturity : في هذه المرحلة يتحول المستهلك إلى زبون لديه ولاء للمنتج ، ورقم مبيعاته يرتفع بإطراد ، وهنا يتوجب القيام بحملة ترويجية مكثفة لإطالة فترة النضوج .
- الإنحدار Decline : في هذه المرحلة يكون المنافسون قد طوروا منتجهم وقدموا ميزة تنافسية أفضل

من منتج المنظمة . هنا يبدأ رقم المبيعات بالإنخفاض ويتوجب الأمر إدخال تحسينات على المنتج (ميزة تنافسية) لجذب إهتمام السوق من جديد ، وإذا لم تقم المنظمة بذلك ، فرويداً رويداً سيصل المنتج إلى مرحلة إنتهاء حياته في السوق لإنعدام الطلب عليه .

217-Product Market سوق المُنْتَجْ (السلعة أو الخدمة)

هو الظروف السوقية التي يسوق في ظلها المنتج ، من حيث حجم الطلب عليه الذي يمثل حصته في السوق ، والمنتجات المنافسة له من حيث : حجم الطلب عليها ، أسعارها ، مواصفاتها ، جودتها ، حملاتها الترويجية ...الخ ، وكذلك المنتجات البديلة التي يمكن أن تحل محله لدى المستهلك .

218-Product Mixture المزيج السلعي

مجموعة أو حزمة السلع والخدمات التي يقدمها المنتج لسوق المستهلكين ، بحيث يغطي المزيج حاجات مختلفة أو متكاملة لديهم مثال على ذلك : تقوم شركة كوداك وفوجي بإنتاج مجموعة من كاميرات التصوير ، والأفلام ، وورق تظهير وطبع الصور ، وحاملة للكاميرا ، ومجموعة أجهزة الإضاءة ...الخ .

ويأخذ المزيج السلعي ثلاثة إتجاهات هي :

- الإتساع : ويتمثل بعدد خطوط الإنتاج الذي ينتج كل منها سلعة معينة مختلفة عن الأخرى ولا ترابط بينها .
- العمق : ويتمثل في تشكيلة الأحجام ، والأوزان ، والألوان على خط الإنتاج الواحد (السلعة الواحدة) .
- الترابط : ويتمثل في مجالات الإرتباط بين السلع التي تنتجها المنظمة كشركة كوداك التي أوردناها مثالاً في ما سبق .

219-Product Modification Strategy إستراتيجية تعديل المنتج

إحدى إستراتيجيات التسويق التي تتبعها المنظمات الصناعية والخدمية ، بشأن أو بهدف تنشيط الطلب على سلعتها أو خدمتها في السوق ، حيث تقوم المنظمة التي تتبناها بإدخال بعض التعديلات الجوهرية أو الثانوية عليهما في مجالات المواصفات ، أو الجودة ، أو التنويع .

220-Product Range مدى المُنْتَجْ

لكل منتج (أو خدمة) نطاق يتم تحديده عادة من قبل عدة جهات داخل المنظمة ، ويكون نتيجة لدراسة تقوم بها إدارة الإنتاج والعمليات بالتعاون مع التسويق ، حيث يتقرر في هذا النطاق الأمور التالية :

- تحديد نوع المنتج .
- تصميم المنتج .

- تحديد مواصفاته العامة والجزئية ومستوى جودته .
- تحديد الحاجات والرغبات التي سيلبيها المنتج لدى الزبون .
- تحديد المنافع التي سيحصل عليها الزبون من جراء شراء المنتج .
- تحديد الخدمات المصاحبة لبيع المنتج (صيانة ، كفالة ...الخ) .
- تحديد تشكيلة (تنويع) المنتج وهذا ما يسمى بالتوسع الأفقي في الإنتاج .
- تحديد النواحي التي سيتميز بها المنتج عن منتجات المنافسين وتجذب الزبون لشرائه .
- تحديد تكلفة المنتج في ضوء السعر الذي سيدفعه الزبون لشرائه .

221-Product Reliability مصداقية المُنْتَجْ

تعبر المصداقية هنا عن أن مستوى جودة المنتج ومواصفاته والمنفعة التي يقدمها قادرة على تلبية حاجة ورغبة الزبون ، وبنفس الدرجة عند تكرار شرائه وإستخدامه أكثر من مرة من قبله ، وهذا بالتالي مؤشر بل دليل على أن جودة ومواصفات المنتج ومنفعته مستقرة وغير متغيرة من وحدة منتجة لأخرى . وتعني المصداقية أيضاً ، أن المنتج إذا إشتراه عدد غير محدد من الزبائن ، فسوف يجدون ويحصلون على ذات المنفعة .

222- Product Research بحوث المُنْتَجْ

تشتمل بحوث المنتج على الجوانب الأساسية التالية :

- دراسة ومن ثم تحديد مواصفات وجودة المنتج الذي سيقدم للسوق ، بحيث تضمن هذه الجودة منافسة منتجات المنافسين .
- دراسة ومن ثم تحديد تشكيلة المنتج ، أي المواصفات ، والأحجام ، والأشكال ، والألوان ...الخ التي سوف تنتج منه ، بحيث تلبي حاجات شرائح أكبر من المستهلكين .
- دراسة وتحديد العبوة أو الغلاف الذي سيقدم به المنتج إلى السوق ، أو الشكل الذي ستقدم به الخدمة .
- دراسة وتحديد السعر الذي سيباع به المنتج ، بشكل ينافس أسعار المنتجات المنافسة .
- دراسة وتحديد العلامة التجارية التي ستعطى للمنتج والتي سيظهر بها في السوق .

223-Product Scope Strategy إستراتيجية نطاق المنتوج

تحدد هذه الإستراتيجية مزيج المنتجات المناسب الذي ستطرحه المنظمة في السوق ، ويأخذ هذا المزيج الأمدية التالية على شكل ثلاثة بدائل تختار الأنسب منها وهي :

- طرح منتج واحد .
- طرح عدة منتجات غير متكاملة .

- طرح عدة منتجات متكاملة .

224-Product Structure (PS) — تركيبة المُنْتَجْ

ويقصد بها التركيبة الفنية للمنتج التي يحددها تصميمه الهندسي الذي بدوره يحدد مواصفاته ومعايير جودته . وتُحَضَرْ هذه التركيبة على شكل مخطط بياني مكون من مراحل تصنيع المنتج إبتداءاً من المرحلة الإنتاجية الأولى وهي تحضير المواد الأولية اللازمة لإنجاز هذه المرحلة الإنتاجية حتى المرحلة الأخيرة . بناءً عليه يبين هذا المخطط مراحل الإنتاج التي يمر بها تصنيع المنتج من بداية العملية الإنتاجية حتى نهايتها ومواصفاته وجودته ، والمواد والأجزاء اللازمة لكل مرحلة ، والمدة الزمنية اللازمة للحصول على الأجزاء. وللسهولة يعطى لكل مرحلة إنتاجية رقماً خاصاً بها ، وكذلك يعطى لكل مادة أو جزء داخل في تركيبة المنتج رمزاً خاصاً به يدل عليه . يمكن القول إذاً أن التركيبة الفنية للمنتج هي المرشد الذي يُستدل من خلاله على إحتياجات العمل الإنتاجي من المواد الصناعية (مواد أولية ، أجزاء مصنعة) ومراحل تصنيع المنتج .

225-Product Support Services — خدمات دعم المُنْتَجْ

هي الخدمات التي تقدم للمستهلك أو الشاري بعد شرائه للمنتج ، وهي متعددة منها على سبيل المثال : الإصلاح ، الصيانة الدورية ، توفير قطع الغيار ، خدمة نقل المنتج ...الخ .

226-Production Activity Control (PAC) — رقابة فاعلية الإنتاج

هو أحد الأنظمة الفرعية التنفيذية التي يتكون منها نظام الإنتاج المتكامل ، ويختص بمراقبة العمل المصنعي التشغيلي ، بهدف زيادة فاعلية الصنع ، عن طريق التحكم في أوجه النشاط الإنتاجي داخل مركز الإنتاج. وفي ما يلي إطار عمل هذا النظام :

- معرفة الموقف الحالي لأوامر الإنتاج ، وهذا يستدعي تحديد الأعمال الإنتاجية التي تنفذ الآن وبأي المراكز الإنتاجية .
- التأكد من توفر وكفاية المواد اللازمة للإنتاج ووصولها في الوقت المحدد وصلاحيتها للإستخدام .
- رقابة مستمرة على العمليات الإنتاجية أي متابعة تنفيذ أوامر الإنتاج التي تم إصدارها إلى مراكز الإنتاج أو التشغيل ، ورصد الإنحرافات فيها عن ما هو مخطط له في هذه الأوامر ، وتحديد وتشخيص الأسباب التي أدت إلى حدوث هذه الإنحرافات ، وإعداد التقارير بذلك .
- حفظ المعلومات الخاصة بالعمل الإنتاجي تحت التشغيل .
- إظهار مواقف أوامر التشغيل في المصنع بالكميات المنتجة .
- إظهار البيانات الخاصة لغرض ضبط الطاقة المخططة .

- إعداد تقارير تبين ما أُنجز من أوامر الإنتاج بشكل مستمر .
- متابعة تنفيذ أولويات تصنيع أوامر الإنتاج .

227-Production Bill of Material قائمة مواد الإنتاج

تتضمن قائمة المواد جميع الأجزاء ، والمواد الأولية ، والأجزاء الفرعية اللازمة لإنتاج وحدة واحدة من المنتج النهائي ، فكل منتج يكون له عادة قائمة مواد خاصة به ، وبالتالي فهذه القائمة هي عبارة عن وثيقة مشتقة من التصميم الهندسي للمنتج النهائي تصف تفاصيل مكوناته (سواء أكان تصنيع أو تجميع) وتعاقب إستخدامها ، وكمياها اللازمة لكل وحدة من المنتج ، وأيضاً مراكز الإنتاج أو العمل التي تحقق هذا التعاقب .

228-Production Capacity طاقة الإنتاج (الإنتاجية)

يشتمل هذا المصطلح على ثلاثة مضامين هي ما يلي :

- الطاقة التصميمية : وتمثل طاقة المصنع الإنتاجية القصوى بما في ذلك قوة العمل والآلات والتجهيزات والزمن ، فنحن نقول مثلاً أن الطاقة الإنتاجية القصوى للآلة (س) في اليوم هي (100) قطعة أو (7) ساعات تشغيل متواصلة ، هذه الطاقة من النادر الوصول إليها بسبب ، وجود ظروف متنوعة تحول دون تحقيقها كالأعطال الفنية مثلاً .
- الطاقة المتاحة : وتمثل طاقة المصنع على الإنتاج التي يمكن تحقيقها في ظل توفر ظروف إعتيادية طبيعية محيطة بالعمل الإنتاجي ، وتكون عادة أقل من الطاقة التصميمية أو القصوى .
- الطاقة الفعلية : وتمثل ما إستغل فعلاً من الطاقة الإنتاجية المتاحة ، التي قد تكون مساوية للطاقة الفعلية المتاحة ، أو أقل منها ، أو أكثر منها حسب الظروف .

229-Production Card بطاقة إنتاج

بطاقة تُستخدم في مجال الإنتاج والتصنيع وبشكل خاص في مجال تخطيط وجدولة الإنتاج ، وتتضمن جميع المعلومات الخاصة بالإنتاج المطلوب ، وبموجبها يعطى الإذن لبدء عملية التصنيع وفق مواصفات قياسية محددة في هذه البطاقة .

230-Production Concurrent Engineering هندسة الإنتاج المتزامن

نمط يستخدم في مجال تصميم المنتج ،يؤكد على ضرورة تنفيذ مراحل تصميم أجزاء المنتج في وقت واحد ومتزامن ، حيث تجمع تصاميم الأجزاء مع بعضها بعضاً لتشكل التصميم النهائي للسلعة ، بهذه الصورة يمكن إختصار وقت كبير في تصميم المنتج في ما لو إتبع نمط الخط التجمعي في التصميم (المتسلسل) الذي بموجبه لا يُبدأ في تصميم الجزء التالي إلا بعد الإنتهاء من تصميم الجزء السابق ، لأن ذلك يخلق أو يوجد فترات إنتظار بين مراحل التصميم .

231-Production Control — الرقابة على الإنتاج

تسعى هذه الرقابة إلى التأكد من إستغلال الطاقة الإنتاجية المتاحة ، وتحقيق خطة الإنتاج المقـررة ، وأن عمليات صيانة الآلات والتجهيزات تتم وفق مواعيدها وبكفاءة ، وعدم وجود هدر في المواد والمستلزمات ...الخ ، وأن كمية الإنتاج ومواصفاته وجودته هي وفق المعايير المحددة .

232-Production Costs — تكاليف الإنتاج

جميع الأموال التي تنفقها المنظمة الصناعية في سبيل إنتاج كمية معينة من المنتج ، وتتكون من شقين :

تكاليف ثابتة : وهي التي تتحملها المنظمة سواء أنتجت أو لم تنتج شيئاً كإستهلاك الآلات مثلاً . فإجمـالي مبلغ التكاليف الثابتة لا يتغير مع تغير حجم الإنتاج ، لكن الذي يتغير فيها نصيب الوحدة المنتجة الواحدة التي تحسب على أساس : إجمالي الكلفة الثابتة / عدد الوحدات المنتجة ، فكلما زادت كمية الإنتاج قل نصيب الوحدة من التكلفة الثابتة .

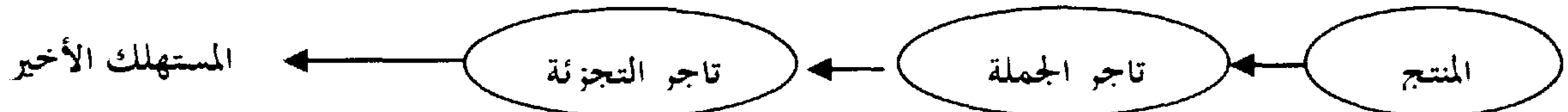
تكاليف متغيرة : هي النفقات التي تتحملها المنظمة من المواد الأولية ، والطاقة ...الخ في سبيل إنتاج كمية معينة من الإنتاج ، وهذه التكاليف تزداد مع إزدياد كمية الإنتاج المنجزة والعكس صحيح .

233-Production Cycle Time Reduction — تخفيض دورة الإنتاج الزمنية

يقصد بالدورة هنا ، الفترة الزمنية التي تستغرقها العملية الإنتاجية من بدايتها وحتى نهايتها ، حيث تسعى المنظمات إلى خفضها قدر الإمكان ، من أجل تخفيض تكلفة المنتج الكلية .

234-Production –Distribution Chain — سلسلة الإنتاج والتوزيع

هي الخط أو الطريق أو القناة التي من خلالها تنتقل السلعة من المنتج إلى المستهلك الأخير ، وهي تشتمل على عدة حلقات رئيسة هي ما يلي :



235-Production Information System — نظام معلومات الإنتاج

نظام فرعي من نظام المعلومات الإدارية الشامل للمنظمة ، يختص بجمع البيانات المرتبطة بالنشاط الإنتاجي للمنظمة من مصادر داخلية وخارجية ، ومعالجة هذه البيانات (فرز ، تصنيف ، تبويب ، ترتيب، تحليل) للحصول على المعلومات اللازمة لمديري الإنتاج ، وتوفيرها لهم بالكمية وبالدقة وبالتوقيت المطلوب ، وبالتالي فخصائص وسمات نظام معلومات الإنتاج لا تختلف في إطارها العام عن خصائص نظام المعلومات الإدارية الشامل ، بل تختلف فقط من حيث تخصصها في المجال الإنتاجي . وتفيد معلومات الإنتاج في مجال تصميم المنتج المناسب للسوق ، وتقرير مواصفاته ، ومستوى جودته ، وتعطي معلومـات

عن المنافسين ، والمزودين ، وسوق تكنولوجيا المنتج ... الخ .

236-Production Intelligence System — نظام إستخبارات الإنتاج

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Production Information System

نظام معلومات الإنتاج

237-Production Management — إدارة الإنتاج

إحدى الوظائف الأساسية في المنظمات أو مشاريع الأعمال ويسميها بعضهم بإدارة العمليات ، وتختص بتحويل المدخلات (التصميم الهندسي للسلعة ، المواد ، الجهد البشري ، المال ...الخ) إلى مخرجات التي قد تكون سلعة أو خدمة ، وهي تمارس عدة نشاطات ضمن مهمتها المكلفة بها مثل: التصميم الهندسي ، تخطيط وجدولة الإنتاج ، الرقابة الكمية ورقابة الجودة على الإنتاج ، والرقابة على المواد والتخزين أثناء التصنيع ، تخطيط عملية التصنيع ،الصيانة الفنية للآلات والمعدات..الخ .

238-Production Orientation — التوجه الإنتاجي

إنتاج سلعة معينة وجديدة مطلوبة في السوق ، أو إدخال تعديلات وتحسينات على سلعة قديمة أو منتجة حالياً (تغيير المواصفات للأفضل ، تحسين الجودة) . وهذا لا يمكن أن يتم إلا بعد دراسة السوق وإحتياجاته ، ومدى تقبله للقرار الإنتاجي الجديد ، أي دراسة ما يريده السوق .

239- Production Plan — خطة الإنتاج

كشف عام يوضح كمية وجودة الإنتاج المرغوب إنجازها خلال فترة زمنية ما كالسنة مثلاً ، وهي تمثل المعيار الإنتاجي الذي يجب تحقيقه في الفترة المحددة . وتوضع الخطة في ضوء دراسة السوق من أجل التنبؤ بحجم الطلب على المنتج في فترة زمنية محددة ، وفي ضوء طلبات العملاء المباشرة . وبالتالي يمكن القول بأن هناك تنسيق كامل بين وظيفة التسويق والإنتاج من أجل إعداد الخطة الإنتاجية .

240-Production Process — عملية الإنتاج

ويسميها بعضهم تصنيع المنتج أو السلعة ، وهي مجموع المراحل الإنتاجية أو التصنيعية التي تتغير من خلالها المادة (أو المواد) من شكلها الحالي لشكل آخر سلعة قابلة للاستعمال باستخدام الأيدي العاملة ، ومجموعة آلات ومعدات ، وفق خطة وترتيب معين ومواصفات محددة .

241-Production Process Departmentalization — التقسيم الإداري حسب العملية الإنتاجية

هو أحد الأسس المستخدمة في مجال التقسيم الإداري لنشاط المنظمة وتصميم هيكلها التنظيمي ، بموجبه تعتبر التجهيزات المستخدمة في العمل الإنتاجي أساساً في التقسيم التنظيمي ، وذلك عندما يستلزم كل

نوع من التجهيزات مهارة خاصة في التشغيل والصيانة ، مما يستدعي وضعها في موقع وقسم واحد ، بحيث يحقق ذلك إلى جانب الإقتصاد في التكاليف ، السهولة في العمل . فمثلاً في المصنع يمكن تجميع آلات الخراطة في قسم واحد ، وكذلك المثاقب ، والمناشر...الخ .

242-Production Standardization تنميط الإنتاج

هو إحدى سياسات الإنتاج بموجبه يتم إنتاج أو تصنيع عدة سلع بمواصفات ومواد أساسية موحدة وبإستخدام نفس الآلات والتجهيزات ، وبالتالي فالسلع النمطية هي تلك السلع التي تتشابه تمام التشابه سواء من حيث المواد المستخدمة في إنتاجها ، أو مراحل أو الآلات المستخدمة في إنتاجها ، أو خصائصها ومواصفاتها الأساسية النهائية .

243-Productive Technology التكنولوجيا الإنتاجية

هي التقنية المستخدمة في تنمية الثروة مثل التكنولوجيا الصناعية التي تتم بوساطتها صناعة الآلات والمعدات ...الخ ، وكذلك التكنولوجيا الزراعية التي تقوم ببذر البذور وحصاد الزرع ، والتكنولوجيا المعمارية التي تستخدم في تشييد الأبنية وبناء الجسور وغيرها .

244-Productivity الإنتاجية

علاقة كمية بين ما أنتج إلى ما إستخدم أي علاقة كمية بين ما أنتج إلى ما إستهلك: المخرجات/المدخلات تعبر المخرجات عن ناتج العمل خلال فترة زمنية ، أما المدخلات فهي ما أنفق من موارد متنوعة (مستلزمات العمل) لتحقيق المخرجات . وبالتالي فكلما زادت نسبة المخرجات إلى المدخلات دل ذلك على إنتاجية أعلى . وأول من فكر في موضوع الإنتاجية وقياسها " حركة الإدارة العلمية "بريادة فريدريك ونسلو تايلور Frederick Winslow Taylor" في أوائل القرن العشرين . وتجدر الإشارة إلى أنه يمكن قياس إنتاجية أي عنصر من عناصر العمل سواء العاملون ، أم الآلات ، أو المواد ...الخ ، وذلك بقسمة المخرجات على تكلفة العنصر الواحد .

245-Productivity Incentives حوافز إنتاجية

مبالغ نقدية تدفع للعاملين في المنظمة زيادة على رواتبهم وأجورهم الأساسية ، لقاء تحقيقهم لمعايير الأداء والإنتاج المحددة لهم ، لأن هذا يعني أنهم قد حققوا الخطة الإنتاجية المقررة . يفهم من ذلك أن الحوافز الإنتاجية مرتبطة بالجهد والأداء الجيدين .

246-Productivity of Machines إنتاجية الآلات

وتحسب عن طريق : $\frac{\text{قيمة المخرجات}}{\text{عدد ساعات تشغيل الآلات الفعلية}}$ ، حيث كلما زاد البسط على المقام دل

ذلك على إنتاجية أكبر ، والناتج يدل على إنتاجية أو حصة ساعة عمل الآلات الواحدة من المخرجات .

247-Productivity of Materials **إنتاجية المواد**

ويتم حسابها عن طريق : قيمة المخرجات / قيمة المواد ، حيث كلما زاد البسط على المقام كان ذلك أفضل أو أكثر إنتاجية ، ومؤشر على حسن إستخدام المواد .

248-Productivity of Salaries and Wages **إنتاجية الرواتب والأجور**

وتحسب عن طريق : قيمة المخرجات / إجمالي الرواتب والأجور ، حيث كلما زاد البسط على المقام دل ذلك على إنتاجية أكبر ، والناتج يعبر عن إنتاجية أو حصة الوحدة النقدية الواحدة من الرواتب والأجور المدفوعة للعاملين من إجمالي المخرجات .

249-Productivity of Work-Hour **إنتاجية ساعة العمل للعامل**

وتحسب عن طريق : قيمة المخرجات / عدد ساعات العمل الفعلية التي إشتغلها العاملون في وحدة زمن

حيث كلما زاد البسط على المقام دل ذلك على إنتاجية أكبر ، والناتج يمثل حصة ساعة العمل الفعلية الواحدة للعامل من المخرجات .

250-Productivity of Worker **إنتاجية العامل الكلية**

وتحسب عن طريق : قيمة المخرجات / عدد العاملين ، حيث كلما زاد البسط على المقام دل ذلك على إنتاجية أكبر للعامل ، والناتج بالتالي يمثل ما أسهم فيه العامل الواحد من قيمة المخرجات في وحدة زمن .

251-Productivity Rate **معدل الإنتاجية**

هو متوسط عدد الوحدات التي أنتجها العمال الذين ساهموا في إنتاجها بشكل مباشر في السنة ويحسب هذا المعدل على النحو التالي : عدد الوحدات المنتجة في السنة / عدد العاملين الذين ساهموا في إنتاج الوحدات في السنة

يستبعد جميع العاملين الإداريين والإستشاريين فالإسهام المباشر يكون فقط من قبل عمال الإنتاج .

252-Professional Blue-Collar Workers **العمال الفنيون المحترفون**

فئة من العمال الذين يُدْعَوْنَ بعمال الياقة الزرقاء (يلبسون لباساً كحلياً غامقاً) الذين يمارسون أعمالاً فنية كالنجارة ، الحدادة ، ميكانيك السيارات أو الآلات ...الخ ، ويكون لديهم مهارة وخبرة عاليتين في ممارسة المهنة المتخصصة .

253-Professional Safety and Health **السلامة والصحة المهنية**

هي التسمية الجديدة لمصطلح الأمن الصناعي ، وهي عبارة عن برامج فنية إدارية يقوم بتصميمها مختصون ، تهدف إلى حماية العاملين وعلى مختلف مستوياتهم وفئاتهم (إداريون ، عمال ، كتبة ، موظفو خدمات ...الخ) . من مخاطر الأعمال التي يؤدونها داخل المنظمة والناتجة عن بيئة وظروف العمل فيها . ويصنف المختصون مصادر هذه الأخطار في ثلاثة مصادر هي : الفرد نفسه بسبب عدم كفاءته ومهارته في العمل وعدم معرفته لكيفية حماية نفسه ، أو عدم إلمامه باستخدام سبل الحماية والوقاية . أما المصدر الثاني فهو طبيعة العمل في المنظمة عموماً ، كالصناعات الكيماوية التي يصدر عنها أبخرة سامة والمناجم ...الخ . أما الثالث فهو طبيعة الوظيفة ذاتها ، فكل نوع من الوظائف يصاحبه نوع معين من المخاطر ، فوظائف المديرين مثلاً وبسبب ضغوط العمل المستمرة ، تولد إرتفاعاً في ضغط الدم وأزمات قلبية . أما أنواع المخاطر فتصنف في صنفين : مخاطر السلامة وتمثل حوادث وإصابات العمل كالكسور ، والجروح ...الخ ، ومخاطر الصحة التي تمثل الأمراض التي يصاب بها العاملون على مر الزمن ناتجة عن ممارسة الوظيفة أو العمل ذاته .

254-Professional Union **النقابة المهنية**

نقابة تضم أعضاء يمارسون مهنة معينة واحدة ويحملون شهادة علمية متخصصة في مجال المهنة تمنحها الجامعات أو المعاهد أو المدارس المهنية ، حيث لا يجوز ممارستها والإنتساب للنقابة المعنية دون هذا المؤهل ومن هذه النقابات : نقابة الأطباء ، ونقابة المهندسين ...الخ . في ضوء ذلك مثلاً لا يجوز لمهندس أن ينتسب لنقابة الأطباء بل ينتسب إلى نقابة المهندسين .

255-Profit **الربح**

هو الفرق بين العائد من قيمة البضاعة أو الخدمة المباعة والتكلفة المدفوعة في سبيل إنتاجها وتسويقها ، ويسمى بالربح الإجمالي ، الذي إذا إستقطع منه مقدار الضريبة نصل إلى ما يسمى بصافي الربح .

256-Profit Margin Ratio **نسبة الربحية**

هي إحدى النسب المالية التي تستخدم في مجال التحليل المالي وتقاس عن طريق قسمة صافي الربح على صافي المبيعات ، وتقيس قدرة المنظمة على تحقيق الأرباح ، ولا توجد نسبة معيارية ، حيث كلما كانت النسبة عالية ، كان ذلك مؤشراً إيجابياً على إمكانية المنظمة على توليد الأرباح .

257-Profit Sharing المشاركة في الأرباح

هي أحد الحوافز المالية الجماعية التي تشجع جميع العاملين على الأداء الجيد والإلتزام في العمل وتحقيق إنتاجية عمل وفاعلية تنظيمية مرتفعة للمنظمة ككل . وهي عبارة عن نسبة مئوية محددة تقتطعها المنظمة من أرباحها السنوية لتوزعها على جميع العاملين في المنظمة . وتكمن عملية التحفيز من خلال المشاركة في الأرباح ، في أن العاملين يعرفون بشكل مسبق أنه كلما زادت إنتاجيتهم وفاعليتهم معنى ذلك زيادة إنتاجية المنظمة وبالتالي أرباحها ، وهذا يعني زيادة مبلغ الربح الذي سوف يوزع عليهم . وتُدفع الأرباح في مواعيد متعددة على سبيل المثال: في نهاية السنة ، أو في نهاية كل ستة أشهر ، أو عند الإحالة على التقاعد ، أو عند فقدان القدرة على العمل بسبب المرض أو الإصابة به ، أو يمكن إستخدام مزيج من أشكال الدفع هذه .

258-Profit Strategy إستراتيجية الربح السريع

ترتكز هذه الإستراتيجية على فكرة تخفيض نفقات النمو والتطوير المستقبلي ، كالنفقات التي تنفق على بحوث تحسين الإنتاج ، والتنمية البشرية ...الخ ، التي لا تظهر نتائجها في الوقت القريب إنما في المدى البعيد . فالتخفيض في هذه النفقات يقلل من التكاليف السنوية ، مما يزيد من أرباح المنظمة المستقبلية ، لكن هذه الزيادة تكون على حساب نجاح وتطور المنظمة المستقبلي ويمكن أن يهدد بقاءها . لذلك لا ينصح بإستخدام هذه الإستراتيجية إلا لدى المنظمات التي تمر بضائقة مالية مؤقتة وتحتاج إلى أموال لتلافي هذه الضائقة ، وبعد ذلك تقلع عن تبنيها .

259-Profits Follow Quality الأرباح تتبع الجودة

مفهوم قدمته منهجية حديثة في الإدارة تدعى " بإدارة الجودة" تؤكد على : أن الجودة هي خير مروج للسلعة أو الخدمة ، فالمستهلك الذي يجرب السلعة أو الخدمة ويحصل على ما يريده منها من حيث جودة ما إشتراه ، سيحدث لديه رضى عن المنتج الذي دفع قيمته ، وسيعاود أو يكرر شراءه ، وسيدل الآخرين على شرائه ، وهنا يرتفع رقم المبيعات وبالتالي الأرباح .

260-Proforma Invoice فاتورة مبدئية

قائمة تحتوي على عرض لسعر بضاعة وتفصيلاتها ، دون أن تمثل قيمة بضاعة مباعة فعلاً .

261-Programable Decisions قرارات قابلة للبرمجة

هي تلك القرارات الواضحة والمحددة التي تكون عناصرها مفهومة ويمكن تحديدها وقياسها ، وغالباً ما تكون روتينية ومتكررة ، لذلك يمكن برمجتها ، بإستخدام النماذج الكمية الخاصة بظروف التأكد التام .

262-Programed Decisions قرارات مبرمجة

تتصف هذه القرارات بأنها ذات صفة روتينية متكررة ، تتخذ لمواجهة أو معالجة موقف أو مشاكل تتكرر بنفس المعطيات ومن فترة لأخرى ، وتكون بناء أو معتمدة على إجراءات وسياسات وخطط ومعايير معروفة وموضوعة بشكل مسبق ، وبالتالي لا يستغرق صنعها وقتاً طويلاً أو جهداً ذهنياً كبيراً ، ويمكن صنعها بشكل سريع جداً ، مثل صنع قرار بصرف سلفة على الراتب للموظف وفق النظام المالي المعمول به في المنظمة .

263-Programed Training and Development Instructions — التدريب والتنمية بوساطة التعليمات المبرمجة

طورت التقنيات الحديثة في مجال الحاسب الآلي برامج لتدريب وتنمية الموارد البشرية دون مدربين، حيث يقوم بمهمتهم مبرمج مختص ببرمجة المادة التدريبية على شكل برامج يتضمن البرنامج الواحد مجموعة من الأسئلة المجزأة إلى أقسام لكنها مرتبطة ببعضها بعضاً وبشكل متتالي ، حيث يقوم الحاسوب بطرح أسئلة كل قسم على الشاشة ليجيب عنها المتدرب ، فإذا كان فيها أخطاء يصححها له ، ولا يمكن للمتدرب الإنتقال للقسم التالي من الأسئلة ، إلا بعد إنتهائه من الإجابة عن أسئلة القسم السابق بشكل صحيح ، حيث بهذا الشكل يكون قد ألم بها ، فهذا الإلمام يتيح له الإنتقال للقسم التالي .

264-Programes Budget — موازنة البرامج

ويسميها بعضهم بموازنة النشاطات ، التي تشير إلى العمليات التي سيتم إنجازها خلال السنة القادمة من حيث الإيرادات المتوقع تحقيقها مقابل التكاليف التي ستتحملها المنشأة فيها .

265-Progressive Discipline System — النظام التأديبي المتدرج

نظام تستخدمه المنظمات في تأديب العاملين لديها ممن يخالف قواعد العمل فيها ، ويقوم هذا النظام على مبدأ تدريج قاعدة العمل الواحدة ومخالفتها وعقوبتها إلى درجات أو مستويات من الأقل خطورة وأقل شدة للأكثر خطورة وأشد عقوبة . فعلى سبيل المثال: إذا كان لدينا قاعدة من قواعد العمل هي عدم التأخر عن العمل صباحاً ، فيمكن أن يكون التدرج التصاعدي لمخالفتها وعقوبتها على النحو التالي :

التأخير لمدة /10 /دقائق العقوبة المفروضة تنبيه شفوي .

التأخير لمدة /20/ دقيقة العقوبة المفروضة توبيخ شفوي .

التأخير لمدة /30/ دقيقة إنذار خطي يوضع في ملف خدمة المخالف .

والهدف من هذا التدرج التصاعدي ، هو أن تتناسب العقوبة من حيث شدتها مع جسامة وخطورة المخالفة تحقيقاً للعدالة والموضوعية .

266-Progressive Tax Rate — المعدل الضريبي التصاعدي

هو المعدل الذي يرتفع مع تزايد حجم الوعاء الضريبي ، ويتناقص مع تناقصه .

267-Projection **الإسقاط**

هو أحد العقد النفسية التي نجدها لدى الأشخاص الذين ليس لديهم القدرة على تحمل المسؤولية والهروب من الواقع ومواجهة الأمور (الأخطاء ، الفشل ...الخ) . ويشير معنى هذا المصطلح إلى قيام الشخص بإلقاء اللوم على الآخرين تبريراً لإخفاقه .

268-Projection Rating Error **خطأ الإسقاط في التقييم**

خطأ يقع فيه المقيمون في عمليات التقييم التي ينفذونها وبشكل خاص في مجال تقييم أداء الموارد البشرية في المنظمات . ومضمونه أن المقيم يقيم الآخرين وفق ما يمتلكه من خصائص ، وليس وفق معايير التقييم المحددة له ، فإذا كان ذكياً وماهراً يعتقد بأن الآخرين إذا لم يكونوا بمستوى ذكائه أو بمستوى مهارته فسيكون تقييمه لهم سلبياً .

269-Promising Opportunity **الفرصة الواعدة**

مصطلح مستخدم في مجال التخطيط الإستراتيجي ، ويقصد به الفرصة السانحة التي يُتوقع الحصول على عائد إستثماري جيد منها إذا تم إستثمارها جيداً ، وتكون درجة المخاطرة المصاحبة لها محدودة ، أي إحتمال نجاحها كبير ، فظروف عدم التأكد المصاحبة لها عادية .

270-Promissory Note **السند لأمر**

ويسميه بعضهم " بالسند الأذني " ، وهو صك يتضمن تعهد المدين (محرر السند) بأن يدفع لأمر شخص آخر (المستفيد) ، قيمة مبلغ معين في تاريخ محدد أو بالإطلاع .

271-Promotional Clothing **ألبسة ترويجية**

إحدى وسائل الترويج التي تستخدمها المنظمات لترويج سلعتها أو خدمتها ، حيث تختار نوعاً معيناً من الملابس (قميص ، قبعة ، معطف ...الخ) بألوان جذابة ، وتقوم بطباعة إسمها أو إسم منتجها أو أي شيء يتعلق بها تريده على الملابس ، وتوزعها مجاناً على بعض الناس ، أو تجعل بعض العاملين لديها يلبسونها ، وذلك للتعريف بالسلعة أو الخدمة التي يُروج لها .

272-Promotional Mixture **المزيج الترويجي**

مجموعة من أدوات أو وسائل الترويج المباشرة التي تستخدمها المنظمة سوية من أجل زيادة قدرة وفاعلية عملية ترويج منتجها أو سلعتها مثل : الدعاية ، الإعلان ، العلاقات العامة ، تنشيط المبيعات (محفزات إضافية تقدم للمستهلك كالهدايا وغيرها) .

273-Promotional Pricing **التسعير الترويجي**

تحديد سعر بيع المنتج بسعر منخفض وأحياناً بسعر التكلفة أو أقل ، وذلك لفترة زمنية معينة بهدف خلق الدافع لدى المستهلك لشرائه . ويستخدم هذا النوع من التسعير في حالة كون المنتج جديد ، أو عندما يراد إختراق سوق معين . إذاً يمكن القول بأن تخفيض سعر بيع المنتج هنا هو لغاية الترويج المؤقت فقط .

274-Promotion **الترويج**

قيام المنتج أو المسوق بالإتصال بالزبائن المحتملين (أشخاص ، منظمات) بإستخدام مجموعة من وسائل الإتصال (الإعلان ، الدعاية ، البيع المباشر ، النشرات ، المعارض ...الخ) ، من أجل إعلامهم وتزويدهم بمعلومات كافية عن السلعة أو الخدمة التي يتم تسويقها ، والتأثير في إتجاهاتهم وسلوكهم وإقناعهم بشرائها وتكرار هذا الشراء .

275-Promotion by Examination **الترقية بالإمتحان**

أحد الأنظمة التي تتم من خلالها ترقية العاملين في المنظمات ، حيث يخضع المرشح للترقية لوظيفة أعلى ، إلى إمتحان محدد تعده إدارة الموارد البشرية ، يشتمل على جوانب فنية تتعلق بعمله والعمل الذي سيرقى إليه ، وجوانب سلوكية . فنجاح المرشح في هذا الإمتحان يعني أهليته للترقية .

276-Promotion by Seniority **الترقية بالأقدمية**

أحد الأنظمة التي تتم من خلالها ترقية العاملين في المنظمات ، حيث يتم تحديد أهلية وأحقية الترقية لصاحب القدم الوظيفي ، أي الأقدم في ضوء تاريخ التعيين في الوظيفة الحالية .

277-Promotion From Within **الترقية من الداخل**

سياسة تتبع عندما تعتمد المنظمة على مواردها البشرية في تلبية إحتياجاتها من المديرين في مختلف المستويات الإدارية ، فعند خلو وظيفة إدارية رئاسية في أحد المستويات الإدارية فبدلاً من تعيين مدير من خارج المنظمة ، تقوم المنظمة بالبحث عن مدير في المستوى الإداري الأدنى تتوافق مواصفاته مع المواصفات المطلوبة لشغل الوظيفة الخالية ، فتقوم بترقيته إليها وسداد حاجتها ، وبالمقابل الوظيفة التي خلت نتيجة ترقية شاغلها ، تتم عملية البحث عن مدير يشغلها من المستوى الإداري الأدنى وهكذا . وتعتبر هذه السياسة مشجعة ومحفزة للعاملين ليبذلوا كفاءة أكثر في عملهم للحصول على الترقية .

278-Promotion of Employees **ترقية العاملين**

حركة نقل وظيفي عمودية للأعلى داخل هيكل المنظمة التنظيمي ، بموجبها ينتقل الموظف من وظيفته الحالية لوظيفة أخرى في المستوى الإداري الأعلى ، ذات مهام ومسؤوليات أكبر ، ورواتب أعلى من

الوظيفة السابقة . والترقية هي حافز مالي ومعنوي في الوقت نفسه ، وتعطى مكافأة للأفراد المتميزين من أصحاب الأقدمية في العمل .

279-Promotion Paths **مسارات (ممرات) الترقية**

توضح مسارات الترقية الوظائف التي يمكن أن يترقى إليها الموظفون خلال مدة خدمتهم الوظيفية ، وبالتالي فهي تعطي رؤية واضحة عن التدرج الوظيفي المستقبلي للعاملين عبر المستويات الإدارية داخل الهيكل التنظيمي للمنظمة . ومسارات الترقية نوعان الأول : مسارات متخصصة وتعني أن الموظف لا يرقى إلى وظيفة أعلى إلا إذا كانت هذه الوظيفة تقع في أو تناسب تخصصه . أما النوع الثاني فهو المسارات غير المتخصصة ، حيث يمكن أن يرقى الموظف لأية وظيفة إذا كان يمتلك المهارة أو القدرة على أدائها بغض النظر عن التخصص الذي تطلبه الوظيفة . لا شك أن النوع الثاني هوأفضل لأن فيه مرونة ويهيئ فرص ترقية أكثر للموظفين ، وهو متبع في المنظمات اليابانية ، لكن يحتاج تطبيقه إلى ما يسمى بالدوران الوظيفي ، الذي يكسب الموظفين مهارات وقدرات متعددة تمكنهم من الترقية إلى عدة وظائف .

280-Propaganda **دعاية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Publicity

دعاية

281-Propensity **نزعة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Want

رغبة أو ميل

282-Property Rights **حقوق الملكية**

هي الحقوق التي يُسمح بموجبها لأصحاب رأس المال في المنظمة (شركة) بالتصرف بأموالهم حسب ما يرونه مناسباً ، بما يتماشى مع القوانين والتشريعات الحكومية السائدة .

283-Propinquity Theory **نظرية التقارب المكاني**

هي إحدى نظريات تكوين جماعات العمل غير الرسمية في المنظمة ، فإستناداً لمفهوم هذه النظرية ، فإن جماعة العمل غير الرسمية (تنظيم غير رسمي) تتشكل بين الأفراد الذين يعملون في مكتب واحد ، أو المتجاورين في الغرف ، أو الذين يجلسون بجوار بعضهم بعضاً ، فالإحتكاك واللقاء اليومي الذي يحدث بينهم ، يهيئ المناخ المناسب لتشكل جماعة العمل غير الرسمية .

عملية توقع (رصد) المشتري لحين إستلام أمر شرائه | **284-Prospect-to-Order Process**

تمثل هذه العملية عملية التسويق والبيع التي تبدأ بتحديد العميل المرتقب ، والإتصال به من أجل جذبه وترغيبه في شراء السلعة أو الخدمة ، لحين إقتناعه بها وإرساله لأمر شرائها .

إستراتيجية المتوقع | **285- Prospector Strategy**

تستخدم هذه الإستراتجية من قبل المنظمات التي تعمل في بيئة سريعة التغير التي يسودها ظروف عدم التأكد ، فتقوم بمواءمة إمكاناتها وظروفها الحالية مع إحتمالات الفرص والمخاطر المحتملة ، وبالتالي يتطلب تطبيقها توفر درجة عالية من المرونة في مهارات الموارد البشرية ، والمستوى التقني (آلات وتجهيزات) ، فهذه المرونة تخدمها في التكيف مع الظروف البيئية المحتملة .

حماية العاملين | **286-Protection of Employees**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Professional Safety and Health

السلامة والصحة المهنية

بروتستو (إحتجاج) | **287-Protest**

إثبات رسمي لحالة إمتناع المدين عن القبول أو الدفع لإلتزام مالي مترتب عليه (ورقة تجارية) ، وذلك عن طريق جهة رسمية ، ويجب أن تتم هذه الإجراءات ضمن المهلة المحددة قانونياً .

البروتوكول | **288-Protocol**

يستخدم هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة وأصلها إنكليزي ، وتعني وفق ما ورد في قاموس أوكسفورد : قواعد السلوك وأصول المجاملات التي تطبق في المناسبات الرسمية وخاصة الدبلوماسية. وتشتمل هذه القواعد والأصول على : النظام ، والإحترام ، والذوق ، واللياقة في التعامل مع الأفراد والجماعات ، ويسميها بعضهم بفن السلوك المهذب ، والتصرف الراقي .

النموذج التجريبي | **289-Prototyping Model**

نموذج أولي لنظام معين أو سلعة ما ، ويوضع بهدف تجريبه ومن ثم تقييمه والنظر في مدى قدرته على تلبية الحاجة أو الهدف منه ، ومن ثم تعديله في حالة الضرورة قبل وضع النموذج النهائي الذي سوف يستخدم في العمل أو الإنتاج .

نظرية التحليل النفسي للشخصية | **290-Psychoanalytic-Personality Theory**

"سيجمند فرويد Sigmund Freud " عالم النفس الشهير هو صاحب هذه النظرية ، حيث يرى أن الشخصية الإنسانية كل مركب من ثلاثة عناصر رئيسة هي ما يلي :

- الجانب اللاشعوري من الشخصية الذي يتمثل بمخزون الطاقة الغريزية ، ومصدرها الصفات الموروثة في شخصية الإنسان . ويعمل هذا الجانب بصورة غير عقلانية وغير موضوعية في إشباع الحاجات ، وبغض النظر عن ما إذا كان السلوك الإنساني يتصف بالقبول أو عدمه .
- الأنا ويعبر عن رؤية الإنسان وتقييمه للواقع المادي والإجتماعي ، وبالتالي فهو يمثل الجانب الشعوري من الشخصية الإنسانية الذي يشتمل على مجموعة من العمليات الذهنية المنطقية ، التي تعمل على إشباع حاجات الإنسان بشكل يتناسب مع الواقع أو الوسط الذي يعيش فيه .
- الأنا العليا ويمثل الجانب المثالي في الشخصية الإنسانية ، الذي يشكل مجموعة القيم والأعراف الإجتماعية والأخلاقية التي يؤمن بها الإنسان ، التي تمثل ما يسمى بالضمير الإنساني ، الذي يعمل على تخفيف جماح الجانب اللاشعوري في الشخصية الإنسانية .

291-Psychographic Market Segmentation — تجزئة السوق حسب معيار شخصية المستهلك وقيمه و نمط حياته

أحد المعايير المستخدمة في تجزئة السوق ، بموجبه يصنف المستهلكين المحتملين للسلعة أو الخدمة المراد تسويقها إليهم ، حسب منهج ونموذج حياتهم ، فالمستهلك الذي لديه ميول إجتماعية وحب الأسرة على سبيل المثال ، تراه يحب الحدائق بوجه عام وتعتبر عائلته عائلة تقليدية . والأشخاص الذين يرغبون في تربية وإقتناء حيوان أليف في المنزل يتمتعون بشخصية مستقلة ويعانون من الوحدة في حياتهم ....الخ .

292-Psychological Characteristics — الخصائص النفسية

مجموعة الصفات الإنسانية الشخصية التي تشكل معالم شخصية الإنسان مثل : الإتجاهات ، العواطف ، المزاج ، التوازن الداخلي (إنسجام وتكامل الصفات مع بعضها) هدوء الأعصاب ، الإكتئاب ... الخ. هذه الصفات تؤثر في سلوك الإنسان وتصرفاته مع الآخرين ، وتحدد إتجاهات سلوكه في مسارات معينة .

293-Psychology — علم النفس

هو علم دراسة الشخصية الإنسانية وسلوك الإنسان ، حيث يدرس مكونات الشخصية وإنعكاساتها على سلوكه وتصرفاته مع الآخرين والمجتمع الذي يعيش فيه . كما يدرس كيف يفكر الإنسان وكيف يدرك الأمور ويتعلم من المواقف التي يواجهها . ويدرس أيضاً غرائزه ودوافعه وكيف تُشَكِلْ دافعيته للسلوك والتصرف . ويتناول علم النفس أيضاً دراسة المشاكل والعقد النفسية وتحديد مسبباتها ووضع الحلول لمعالجتها .

القدرة على تنسيق النشاط الذهني والحالة النفسية مع الحركات الفسيولوجية
294- Psychomotor Ability

قدرة متوفرة لدى جميع بني البشر لكن بمستويات مختلفة ، تُمكن الفرد من ربط وتنسيق عملياته الذهنية مع حركاته الفسيولوجية مثال على ذلك في الصناعات الإلكترونية أو الساعات ، التي تتعامل مع قطع صغيرة الحجم . فالعامل يجب أن تكون لديه القدرة على إلتقاط قطعة صغيرة بملقاط صغير ووضعها في مكان محدد وصغير ، هذه العملية تحتاج إلى ربط النشاط الذهني مع النشاط الفسيولوجي للعين واليد ، وهذه العملية مرتبطة بحالة العامل النفسية ، فإذا كان متوتر مثلاً سيتأثر أداءه الدقيق سلباً.

إختبار المقدرة على تنسيق النشاط الذهني مع الحركات والحالة النفسية
295-Psychomotor Ability Test

يستخدم هذا النوع من الإختبارات في مجال الكشف عن قدرة المتقدمين للتوظيف في أعمال إنتاجية دقيقة كصناعة عدسات العين ، صيانة الحاسبات الإلكترونية ، حيث تتطلب من الشخص أن يكون ماهراً في السيطرة على وتنسيق العلاقة بين النشاط الذهني ، ونشاط العين ، وحركة اليدين وأي حركة جسدية أخرى تتطلبها طبيعة العمل . فمثل هذه الأعمال تتطلب ألا يكون الفرد عصبياً لأن العصبية إنفعال نفسي ينعكس على التفكير ، الذي بدوره يؤثر في مهارة إستخدام اليدين بدقة في العمل .

العصاب النفسي
296-Psychopathic

هو إحدى العقد النفسية التي قد يصاب بها الإنسان نتيجة فقدانه للعاطفة ، أو الحب ، أو الحنان، وخاصة في مرحلة الطفولة ، ويتصف صاحبه بإضراب في عقله .

الإدارة العامة
297-Public Administration

يشير مفهوم ومعنى الإدارة العامة إلى مايلي :

- الجهاز الحكومي (أو جهاز الخدمة المدنية أو العامة) الذي يتكون من الوزارات والأجهزة والمؤسسات التابعة لها في الإدارة المركزية والإدارات المحلية .
- النشاط الإداري (تخطيط ، تنظيم ، توجيه وإشراف ، رقابة ، تنسيق) الذي يدار من خلاله الجهاز الحكومي لإخراج سياسة الحكومة أو الدولة لحيز التطبيق ، وتحقيق أهداف النمو الإقتصادي والإجتماعي .
- جهاز الإدارة العامة هو الذي يطبق ويسهر على تطبيق القوانين التي تسنها السلطة التشريعية .
- الإدارة العامة تلتزم بالتوجه السياسي القائم في البلد .

- تهدف الإدارة العامة إلى خدمة كافة أبناء الشعب وتحقيق حاجاته ورغباته دون تمييز ، وتعمل على تحقيق الصالح العام .
- تتميز الإدارة العامة بالبقاء والإستمرار .

298-Public Budget الموازنة العامة

بيان مالي معتمد من قبل السلطة التشريعية يجيز تحصيل الإيرادات وصرف النفقات الحكومية الواردة أو الموضحة فيه ، وفقاً للأنظمة والقوانين السائدة . وبالتالي فبنود هذه الموازنة تعبر عن أهداف ونشاطات الوزارات الحكومية في فترة زمنية مستقبلية محددة وهي السنة ، وهذه الأرقام يجب الإلتزام بها من قبل الوزارات ، أي أنها ملزمة لها ، وتصدر الموازنة العامة بقانون يقره مجلس الشعب أو الأمة .

299-Public Employee موظف عمومي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Public Servant

خادم عمومي

300-Public Employment Agencies أجهزة الإستخدام (التوظيف) العامة

ويطلق عليها أحياناً تسمية مكاتب العمل ، وهي أجهزة حكومية مهمتها توفير فرص توظيف للراغبين في العمل من أبناء الشعب في أجهزة الدولة ودون مقابل . وبالتالي تنحصر مهمتها في الوساطة بين الراغبين في العمل الذين يزودونها بسيرتهم الذاتية ، والأجهزة الحكومية التي لديها فرص عمل .

301-Public Enterprise المؤسسة العامة

مشروع إقتصادي عام (ملكية عامة) بشخصية إعتبارية وإستقلال مالي وإداري ، تزودها الدولة برأس مال عام لمزاولة نشاط إقتصادي معين ، وفقاً للخطة التي تضعها ، وتدار بأساليب تختلف عن تلك الأساليب المستخدمة في الإدارات الحكومية . وتخضع المؤسسة العامة للرقابة الحكومية على الرغم من تمتعها بشخصية إعتبارية ، وتمارس عملها في ظل القوانين والأنظمة الحكومية .

302-Public Finance المالية العامة

حقل معرفي متخصص في المجال الإقتصادي يعمل على تحديد أوجه النفقات والإيرادات العامة للدولة ، ورسم سياستها المالية والنقدية والضريبية ، بما يتماشى مع خطتها وتوجهاتها في مجال التنمية الإقتصادية والإجتماعية .

303-Public Goods السلع العامة

هي التي ينتجها القطاع العام وتعرض للبيع لجميع المواطنين وبسعر واحد ، وتباع عادة بسعر التكلفة مع

هامش ربح بسيط ، ولا يستثنى من شرائها أي فرد من أفراد المجتمع ، وبالتـــالي فعرضـــها في الســـوق لا يخضع لآلية العرض والطلب ، ولا تكون بتشكيلة سلعية متنوعة كما هو الحال في السلع المنتجة من قبـــل منظمات القطاع الخاص .

304-Public Opinion — الرأي العام

ويمثل محور عمل وظيفة العلاقات العامة ويعبر عن وجهات النظر والشعور السائد لـــدى جمهـــور معـــين (شريحة من المجتمع) في وقت معين بالنسبة لموضوع محدد ، وبالتالي فهو عبارة عن إتجاهـــات ومعتقـــدات ووجهات نظر لمجموعة من الناس تجاه موقف معين أو مسألة ما ، وهو بذلك تيار غير ملموس يحدث نتيجة تفاعل أفكار وآراء فردية لمجموعة من الناس وتتناسق تجاه موضوع ما .

305-Public Ownership — الملكية العامة

ويقصد بها ملكية الدولة للأصول الحكومية الثابتة (أراضي الدولة ، الأبنية الحكومية ، وسائل الإنتـــاج ..الخ) ، والمتداولة وهي السيولة النقدية الحكومية . إذاً لا يدخل في الملكية العامة ملكية القطاع الخاص .

306-Public Relation — العلاقات العامة

نشاط (وظيفة) أساسي موجود في كافة أنواع المنظمات ، يهدف ويسعى إلى إقامة جسور من العلاقـــات الطيبة والحسنة بين المنظمة وزبائنها (جمهورها) والمجتمع الذي تعمل وتعيش فيه . ويمارس هـــذا النشـــاط مجموعة من المهام ترتكز على تعريف جمهور المنظمة بأهدافها ونشاطها وما تقدمه من نفع لهم وللمجتمـــع ، وكذلك التعرف على آرائهم ومقترحاهم وشكاواهم للعمل على تحليلها ودراساها والتعامل معها بشـــكل إيجابي . ولا يقتصر نشاط العلاقات العامة على الجمهور الخارجي ، بل يشمل الجمهـــور الـــداخلي وهـــو العاملين في المنظمة ، حيث يسعى إلى توطيد العلاقات الإجتماعية وتحقيق الألفة والمودة بينهم .

307-Public Relation Advertising — إعلان العلاقات العامة

يستخدم هذا الإعلان من قبل إدارات العلاقات العامة في المنظمات وهو لا يهدف إلى التـــرويج لســـلعة أو خدمة ، بل يهدف ويسعى إلى خلق صورة ذهنية صحيحة للمنظمة لدى جمهورها العام ، وإنطباع حسن ومشرق عنها لديه ، وبالتالي يعتبر أداة من أدوات الدعاية .

308-Public Servant — خادم عمومي

يقصد به الموظف الحكومي الذي يعمل في أجهزة ومؤسسات الدولة ، ويخضع للقوانين والتشريعات الحكومية التي تصدر عن السلطة التشريعية التي تنظم العمل والحياة الوظيفية لجميع العاملين في الدولة ، وخاصة قانون الخدمة المدنية . وقد سمي بتسمية الخادم ككناية عن أنه موظف حكومي هو في خدمة الشعب الذي يمول خزينة الدولة بالضرائب والرسوم ، التي يُدفع منها رواتب العاملين في الدولة .

309-Public Service Advertising — إعلان الخدمة العامة

يستخدم هذا الإعلان من قبل الجهاز الحكومي ، ويهدف إلى التأثير في المـواطنين وتـوجيههم لأمـر أو موضوع معين ، كالمساهمة في برامج الخدمة الإجتماعية ، أو التبرع في حملة جمع التبرعـات الخيريـة ، أو المساهمة بالتصويت في الإنتخابات العامة .

310-Publicity — الدعاية

نشاط يهدف إلى التأثير في عقيدة وآراء وإتجاهات الجمهور ، سواء لجعله يؤمن بفكـرة ، أو مبـدأ، أو عقيدة ، أو أي شيء آخر ، أو من أجل صرفه عن فكرة أو مبدأ ، أو قضية ما يؤمن بها .

311-Purchasing Agent — وكيل الشراء

شخص متخصص (أو منظمة) يقوم بشراء سلعة (مادة ، آلة ، عدة ...الخ) لحساب شخص (أو منظمة) آخر ، هذا يعني وجود علاقة قائمة ومستمرة بينهما لا تنقطع بعد عملية الشراء الواحدة ، ويتقاضى الوكيل هنا تعويضاً مالياً لقاء ذلك ، إما راتباً شهرياً ، أو عمولة يتفق عليها بينهما . ولا تتم عملية الشراء إلا بإيعاز من قبل المشتري لوكيل الشراء ، الذي يعمل عادة لحساب عدة أشخاص أو منظمات .

312-Purchasing Budget — موازنة المشتريات

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Procurement Budget

313-Purchasing Change Notice — إشعار تعديل الشراء

إخطار خطي يُعلم فيه المشتري البائع الذي إشترى منه البضاعة ، إجراء بعض التعديلات علـى عقـد الشراء الذي تم بينهما بإستثناء السعر ، مثل تعديل الكمية ، تعديل زمن إستلام البضاعة وغيرها .

314-Purchasing Control — رقابة الشراء

تسعى هذه الرقابة وتهدف إلى التأكد من أن شراء مستلزمات العمل يتم وفق الكمية المحددة ، وبالسعر المناسب ، والمواصفات والجودة المحددة ، ومن أفضل الموردين ، وأن طلبيات الشراء تصل بالوقت المطلوب ، وأن عملية الشراء تتم وفق الإجراءات المعتمدة ، وأنه لا يوجد تلاعب أو غش في هذه العملية.

315-Purchasing for Personal Consumption — الشراء من أجل الإستهلاك الشخصي

هو أحد أنواع الشراء الذي يكون بغرض الإستهلاك الذاتي ، أي لإشباع حاجة أو رغبة مادية أو معنوية خاصة لدى المشتري ، الذي قد يكون فرداً أو جماعة (الأسرة مثلاً) .

الشراء من أجل إعادة البيع — 316-Purchasing for Resale

هو أحد أنواع الشراء الذي يسمى بالشراء التجاري ويمارسه تجار الجملة وتجار التجزئة ، وقنوات التوزيع أو التسويق بشكل عام . والهدف أو الحافز من ورائه هو تحقيق الربح ، وبالتالي لا يهدف إلى إشباع حاجة أو رغبة شخصية لدى الشاري كإشباع حاجة الجوع ، بل لإعادة البيع من أجل تحقيق الربح

نظام معلومات الشراء — 317-Puchasing Information System

نظام محوسب ضمن نظام معلومات كلي داخل المنظمة يدعى بنظام المعلومات الإدارية أو الوظيفي كما يسميه بعضهم . هذا النظام يقوم بجمع بيانات عن ما يلي :

- أصناف المواد التي تحتاجها وتشتريها المنظمة ، ومواصفاتها ، ومستوى جودتها .
- مواعيد شراء الأصناف ومستلزمات العمل .
- الظروف البيئية المصاحبة لشراء المستلزمات .
- أسماء وعناوين الموردين ، وطاقتهم الإنتاجية ، وأسعارهم ، وسمعتهم ، ونتائج تقييم تعاملهم مع المنظمة، والخصومات التي يمنحوها .

هذه البيانات تتم معالجتها إلكترونياً (فرز وتصنيف ، تبويب ، تحليل) لتتحول إلى معلومات قيمة تساعد في صنع قرارات الشراء المناسبة داخل المنظمة من حيث : إختيار المورد المناسب ، توفير المستلزمات في الوقت المطلوب ، وبالمواصفات والجودة المناسبتين ، وبسعر مناسب .

إدارة الشراء (المشتريات) — 318-Puchasing Management

هي وظيفة أساسية من وظائف المنظمات أو المشروعات ، وهي إدارة متخصصة تقوم بتوفير مستلزمات العمل في المنظمة (مواد أولية ، قطع غيار ، أجزاء مصنعة ...الخ) بالمواصفات والجودة المطلوبتين ، ومن مصدر شراء مناسب وبأدنى تكلفة ممكنة ، وفي الوقت المطلوب ، وهي تقوم بالمهام التالية :

- تحديد الكمية الإقتصادية للشراء .
- تحديد مستويات التخزين .
- المساهمة في تحديد مواصفات شراء المواد .
- التفاوض مع الموردين وإختيار الأفضل .
- القيام بإجراءات التعاقد مع الموردين .
- متابعة طلبيات الشراء .
- إستلام طلبيات الشراء وفحصها .

319-Puchasing Order **أمر شراء**

قائمة أو صيغة مكتوبة يرسلها المشتري إلى البائع أو المورد ، تتضمن إحتياجاته أو متطلباته من السلع والمواد ، موضحاً فيها الكميات المطلوبة (أوزان) ومواصفاقا ، وتاريخ تسليمها ، ويعتبر بمثابة عقد قانوني عندما يرسل المورد إشعاراً للمشتري يفيد قبوله .

320-Purchasing Periodic Average **متوسط سعر الشراء الدوري**

يحسب هذا السعر عن طريق قسمة مجموع أسعار الصنف المشترى خلال فترة زمنية معينة (سنة) ، على عدد مرات شرائه في الفترة ذاقا .

321-Purchasing Procedures **إجراءات الشراء**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Purchasing Process

عملية الشراء

322-Purchasing Process **عملية الشراء**

تمثل الإجراءات أو الخطوات التي تنفذ من خلالها عملية شراء إحتياجات المنظمة من مستلزمات العمل، وهذه الإجراءات ما يلي :

- إدراك أو معرفة أن المنظمة بحاجة لمستلزمات ، وذلك من قبل الإدارات الأخرى وبشكل خاص التخزين .
- معرفة مواصفات المستلزمات التي تحددها الجهة صاحبة الحاجة في المنظمة .
- تحديد كمية الشراء المناسبة أو الإقتصادية .
- إختيار المورد (أو الموردين) الأفضل بعد إجراء التفاوض والإتفاق معه .
- إصدار أمر التوريد للمورد بعد فتح الإعتماد المستندي المصرفي .
- متابعة أمر التوريد أو طلبية الشراء مع المورد .
- إستلام طلبية الشراء وفحصها .
- مراجعة فواتير الشراء .
- تسوية مخالفة مواصفات طلبية الشراء مع المورد في حالة وجودها .
- دفع قيمة المشتريات للمورد .

323-Purchasing Record **سجل الشراء**

سجل تحتفظ به المنشآت ، وهو سجل دائم الحركة لمختلف المواد أو الأصناف التي تشتريها المنشأة . ويتكون هذا السجل من بطاقات كل منها مخصصة لصنف واحد أو مادة واحدة يسجل فيها كافة

المعلومات المتعلقة بها مثل : إسم الصنف ، رمزه أو رقمه ، مواصفاته ومستوى جودته المطلوبة ، الكميات المشتراة منه ومصادر شرائه ، أسعار شرائه ..الخ . وينظم الحاسوب عادة حركة هذا السجل .

324-Purchasing Re-Order Level **مستوى إعادة طلب الشراء**

يعبر هذا المستوى عن الكمية التي عندما يصل إليها رصيد المادة أو الصنف في المخزن ، يجب العمل على طلب شرائه ثانية ، وهذه الكمية تغطي إستهلاك الصنف منذ تاريخ إعادة طلب شرائه لحين وصوله للمنشأة وفحصه وتخزينه ، دون المساس بإحتياطي الطوارئ أو الأمان . ويخضع تحديد هذا المستوى لإعتبارات عدة منها : معدل إستهلاك المادة ، الفترة الزمنية اللازمة لإعادة شرائه ، معرفة كمية إحتياطي الطوارئ ...الخ .

325-Purchasing Returns **مردودات المشتريات**

هي جزء من المشتريات التي قام المشتري بردها للبائع ، بسبب عدم مطابقتها للمواصفات أو الجودة المتفق عليها مع البائع ، أو يوجد فيها عطل أو عيب ، حيث يكون الأخير ملزماً برد قيمتها للأول وهو المشتري .

326-Pure Private Goods **السلع الخاصة**

هي السلع التي ينتجها عادة القطاع الخاص على إختلاف أنواع منشآته ، حيث تُنتج وتُباع في السوق وفق قانون العرض والطلب ، وتوفر القدرة الشرائية لدى المستهلكين أي القادرين على شرائها ، وبالتالي فبيعها يتم وفق آلية السوق الحر .

327-Purpose Organization **التنظيم الهدفي**

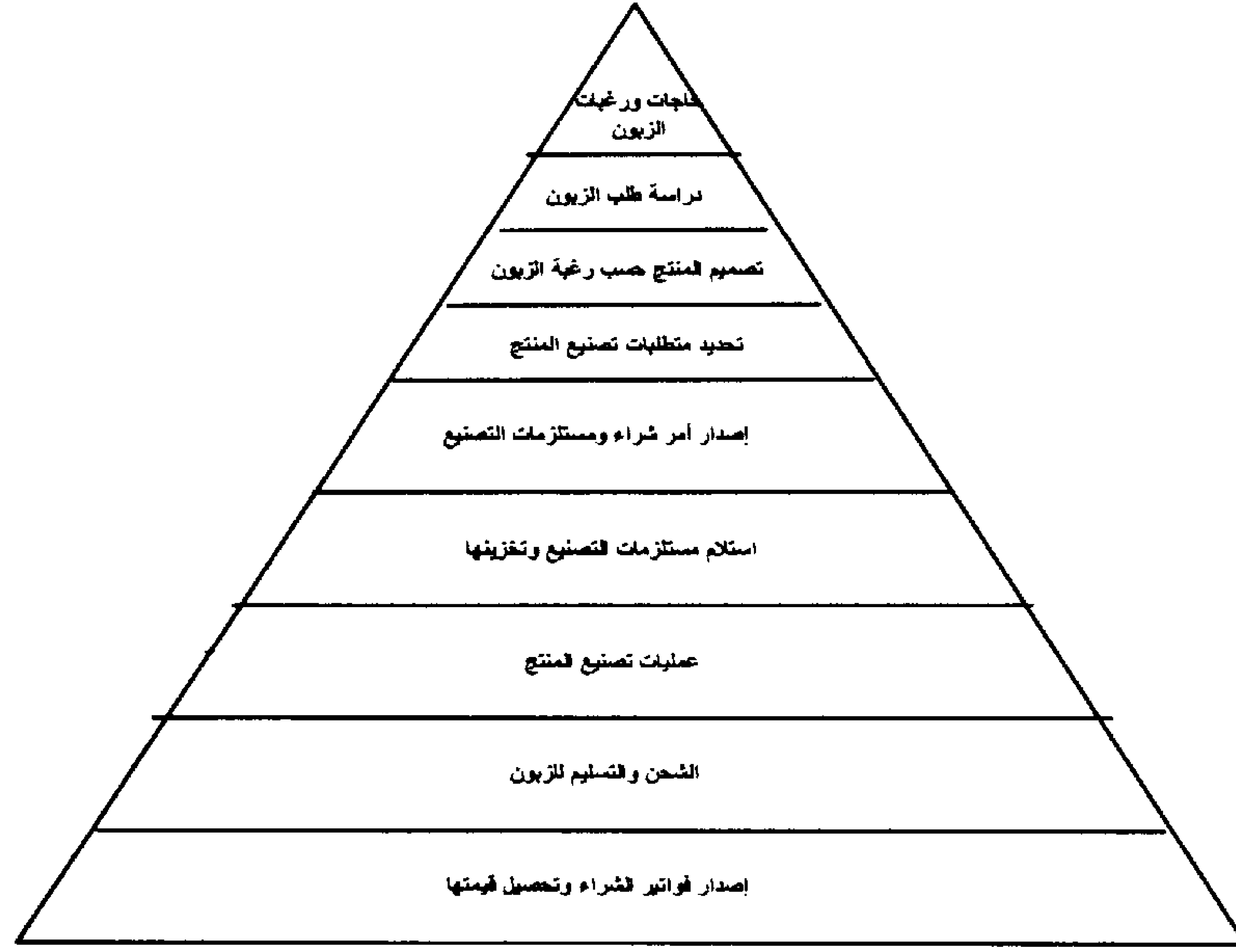
تصميم الهيكل التنظيمي للمنظمة وللوحدات الإدارية التي يشتمل عليها ، وذلك وفق ما يتطلبه تحقيق الهدف المحدد والمطلوب منها .

328-Puttable Bonds **السندات القابلة للإرجاع**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، التي تعطي حملتها الخيار في إرجاعها للشركة وإسترداد قيمتها متى يشاؤون ، أو الإنتظار لحين موعد إستحقاقها .

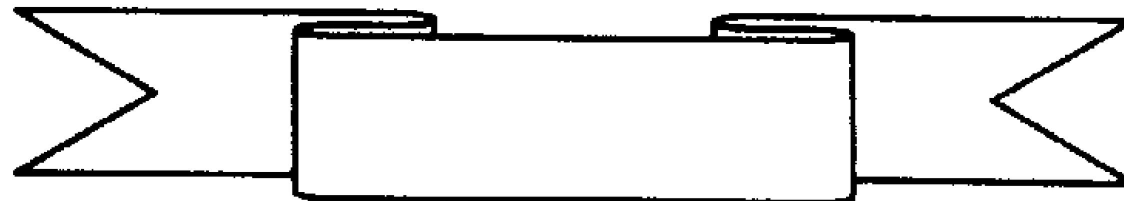
329-Pyramidal Chart of Production Organization **خريطة هرم تنظيم الإنتاج وتسليمه للزبون**

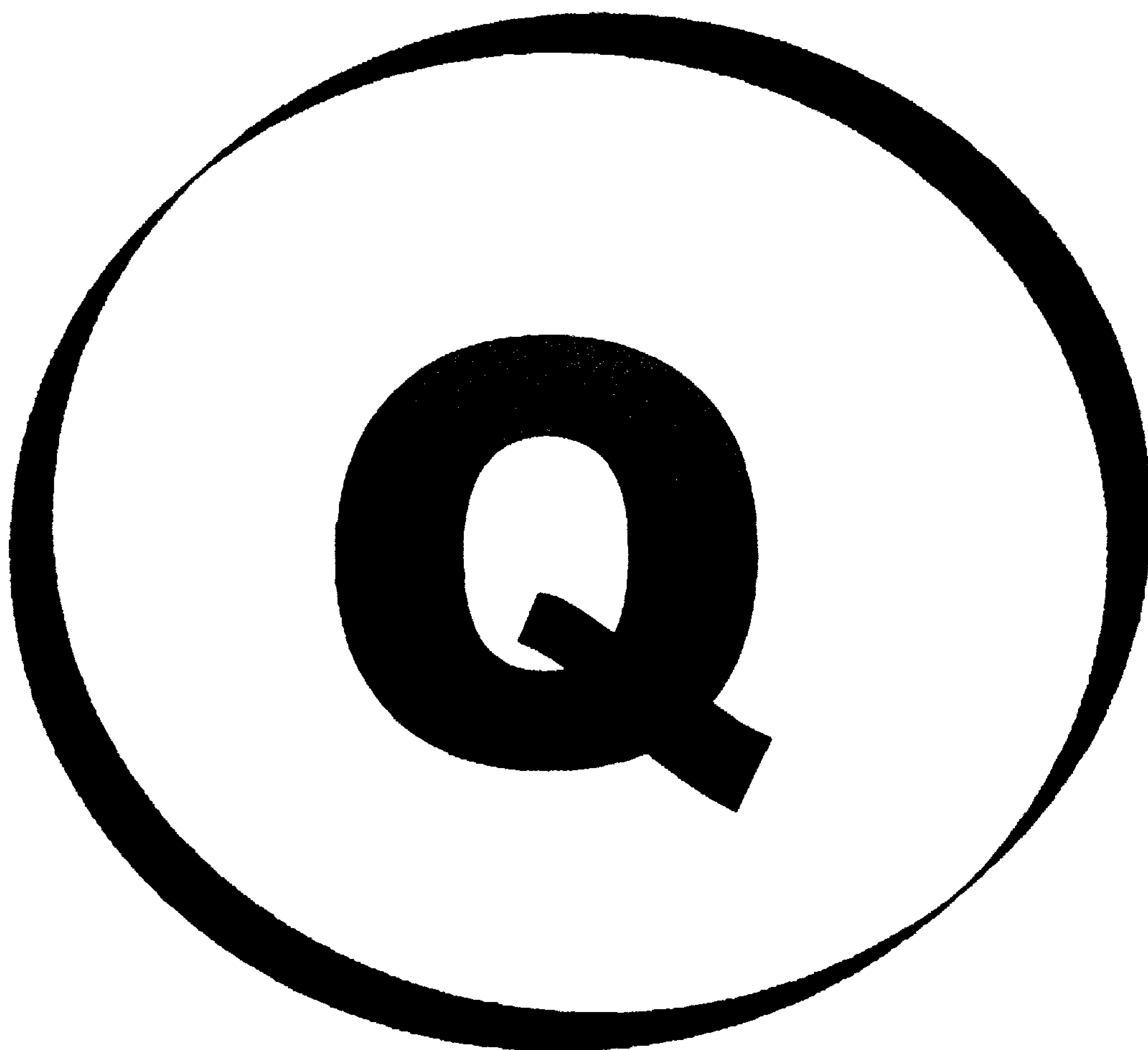
ويسميها بعضهم بعملية تتابع الإنتاج ، حيث يشير التتابع إلى أن هذه العملية على شكل مراحل متسلسلة مترابطة تسير من قمة الهرم بإتجاه قاعدته وفق ما هو مبين في الشكل التالي :



330-Pyramidal Organizational Structure بنية الهيكل التنظيمي الهرمية

تعبر هذه البنية للهرم التنظيمي عن وجهة النظر التقليدية حول البنيان التنظيمي ، التي تقضي بمركزة السلطة في قمة الهرم وتدرجها عبر سلسلة متراتبة من المستويات الإدارية التي تزداد إتساعاً مع الإقتراب من قاعدته . هذه البنية التنظيمية تعيق أداء المنظمة لأعمالها ، وتقيد عملية صنع القرارات فيها ، وتكبح جماح الإبداع والإبتكار لدى العاملين ، لأن جميع القرارات يجب أن تشق طريقها في رحلة شاقة عبر سلسلة الرئات نزولاً من قمة الهرم حتى قاعدته ، وصعوداً من القاعدة حتى القمة ليتم إقرارها ولتبدأ من جديد رحلة العودة بإتجاه القاعدة . هذه الآلية تستغرق وقتاً طويلاً في رحلة صنع القرار صعوداً وهبوطاً عبر قنوات الإتصال ذات الإتجاه الواحد ، ناهيك عن الإختناقات ، ودفن الإقتراحات خلال هذه الرحلة الطويلة من بعض الرؤساء .




Q

1-Qualified Applicant — طالب العمل المؤهل

هو الشخص الذي تقدم للعمل أو التوظيف في المنظمة بوظيفة معلن عنها وتم اختباره وكانت نتيجة هذا الاختبار ، توفر المواصفات والشروط المطلوبة أو المحددة للتعيين في الوظيفة المتقدم لها ، أي أنه مؤهل للتعيين فيها .

2-Qualified Market — السوق المؤهلة

يمثل هذا السوق مجموعة المستهلكين (المشترين) الذين لديهم حاجة لسلعة أو خدمة ، وعندهم إهتمام ورغبة بشرائها ، ويتوفر لديهم المقدرة المالية اللازمة لشرائها .

3-Quality — الجودة

إنتاج المنظمة لسلعة أو تقديم خدمة بمستوى عالي من الجودة المتميزة ، تكون قادرة من خلالها على الوفاء باحتياجات ورغبات عملائها ، بالشكل الذي يتفق مع توقعاتهم ، وتحقيق الرضى والسعادة لديهم . ويتم ذلك من خلال مقاييس ومعايير موضوعة سلفاً لإنتاج السلعة أو تقديم الخدمة ، وإيجاد صفة التميز فيهما .

في ضوء ذلك فالجودة في ضوء مفهومها المعاصر هي ما يلي :

- معيار للتميز والكمال يجب تحقيقه وقياسه .
- تقديم أفضل ما يمكن لدى المنظمة لزبائنها من أجل إرضائهم وكسب ثقتهم وولائهم .
- الإهتمام بكل شيء وبالتفاصيل فلا مجال للتخمين .
- الدقة والإتقان والأداء المتميز في السلعة أو الخدمة .
- السعر المناسب .
- خلو السلعة أو الخدمة من العيوب .
- المواصفات المتميزة للسلعة أو الخدمة .
- طول العمر الإنتاجي .
- الخدمة بعد البيع .

4-Quality Appraisal Cost — تكلفة تقييم الجودة

ويسميها بعضهم بتكلفة قياس وفحص الجودة ، وتشتمل على جملة ما تنفقه المنظمة من مال وجهد ووقت ، في فحص المنتج (سلعة ، خدمة) في مراحل تصنيعه ، وبعد الإنتهاء من التصنيع ، وقبل وصوله ليد الزبون ، بما يضمن خلوه من العيوب ، ومطابقته للمواصفات المعتمدة ومستوى الجودة المطلوب .

5-Quality Assurance — تأكيد الجودة

يقوم مفهوم تأكيد الجودة على فلسفة مفادها : إن الوصول إلى مستوى عالي من الجودة وتحقيق إنتاج بدون أخطاء ، يتطلب رقابة شاملة على كافة العمليات ، وذلك من مرحلة تصميم المنتج (أو الخدمة) حتى ساعة وصوله للسوق أي ليد المستهلك ، وهذا يعني وجود جهود مشتركة من قبل جميع الوحدات الإدارية المعنية بتنفيذ هذه المراحل ، فالكل يشترك بشكل متعاون في وضع السبل الكفيلة لمنع الأخطاء في أية مرحلة أو عملية ، فالجودة عبارة عن بناء يشترك في تشييده جميع المعنيين به ، فهو جهد مشترك تتقاطع وتتكامل فيه جميع الجهود المشتركة بشكل متناسق ، بالإعتماد على الإتصال المستمر . وللوصول إلى الجودة العالية من خلال مسألة تأكيدها ، يتطلب الأمر الإعتماد على :

- الرقابة السابقة : أي التأكد من جودة المدخلات .
- الرقابة الوقائية لمنع الخطأ قبل وقوعه .
- الرقابة المرحلية أي التأكد من الجودة قبل الإنتهاء من كل مرحلة .
- الرقابة البعدية أي التأكد من الجودة بعد الإنتهاء من العمل .

6-Quality Certification — شهادة الجودة

وثيقة تصدرها منظمة عالمية تدعى (ISO) International Standardization Organization معينة بمسألة تحقيق الجودة في المنتجات والخدمات التي تنتجها وتقدمها المنظمات حول العالم ، حيث لا تمنحها للمنظمات إلا بعد أن تتأكد ميدانياً وعلى الواقع أن منتجها أو خدمتها متوفر فيها مواصفات ومعايير الجودة وتأكيدها الموضوعة من قبلها ، وبالتالي هذه الشهادة هي بمثابة وثيقة إثبات للمستهلك بأن السلعة (أو الخدمة) التي يشتريها قد تمت مراقبتها ، وفحصت جودتها ، وأنها مطابقة لمواصفات الجودة العالمية ، وبناءً على ذلك فهذه الشهادة هي بمثابة أداة ترويجية يمكن أن تستخدمها المنظمات لترويج منتجاتها وخدماتها .

7-Quality Circles — حلقات الجودة

فرق عمل طوعية إستحدثتها المنظمات اليابانية فيها ، مهمتها دراسة العمليات وتحسينها ، ودراسة بعض مشاكل العمل وإقتراح حلول لها ، وهي جزء من إستراتيجية تأكيد وتحسين الجودة . ويمكن لأي عضو في المنظمة الإشتراك فيها ، بغض النظر عن وظيفته ومنصبه الإداري ، كما يمكنه الإشتراك بأكثر من حلقة .

8-Quality Conformance Cost — تكلفة مطابقة الجودة

تعني جودة المطابقة هنا أن تتوافق مواصفات السلعة (أو الخدمة) المنتجة مع المواصفات المحددة في تصميمها الهندسي . وتشتمل هذه التكلفة على بنود رئيسة هي ما يلي :

- تكلفة الوحدات المعيبة (غير مطابقة للمواصفات) .

- تكلفة إعادة وتصنيع الوحدات المعيبة (التي فيها خطأ) .
- تكلفة فحص وإختبار المنتج في مراحل تصنيعه ، وبعد الإنتهاء من الصنع .
- تكلفة الصيانة الوقائية وغير الوقائية للعدد والآلات .

9-Quality Control — الرقابة على الجودة

عمل فني وإداري بوقت واحد ، يقوم به جماعة من العاملين المختصين ، وبإستخدام تجهيزات معينة لهذا الغرض ، من أجل فحص المنتج والتأكد من أنه مطابق لمستوى (معايير) الجودة المحددة والمطلوبة ، وأنه خالي من العيوب ، وذلك قبل طرحه في السوق وتسليمه للمستهلك . وقد تطور مفهوم هذه الرقابة وأصبح يسمى " بتأكيد الجودة " التي تعمل وتسعى إلى الرقابة على كل شيء ، أي الرقابة على مدخلات العملية الإنتاجية ، ومراحل التصنيع ، وكافة العمليات التي لها علاقة بالإنتاج حتى ساعة تسليم المنتج للزبون .

10-Quality Control Flexibility — مرونة رقابة الجودة

مفهوم إبتكره اليابانيون في مجال الرقابة على الجودة بغرض تحسينها بشكل مستمر ومفاده : عدم حصر عملية الرقابة على الجودة في مراقبين أو مفتشين معنيين ، بحيث يتولوا هم هذه المهمة فقط ، بل توسيعها لتشمل كل من يعمل في المنظمة من مبدأ هو ، أن كل فرد في المنظمة أيا كان موقعه فيها ، هو مراقب على جودة عمله ومسؤول عن تحقيقها ، ومسموح له بإدخال التحسينات التي يراها مناسبة لتحسين جودة عمله بشكل مستمر . لا شك بأن تطبيق هذا المفهوم يتطلب توفر الإنتماء لدى العاملين تجاه منظمتهم والوعي أيضاً والإحساس بالمسؤولية .

11-Quality Culture — ثقافة الجودة

كل القيم والأعراف السائدة داخل المنظمة التي تسعى إلى تعزيز مسألة الجودة فيها ، وبالتالي فهي تعكس الطريقة التي يؤدي بها جميع العاملين فيها وظائفهم ومهامهم ، فهي تمثل لغة مشتركة واحدة بينهم في أداء الأعمال داخل المنظمة بما يحقق أهداف الجودة فيها وأهدافها .

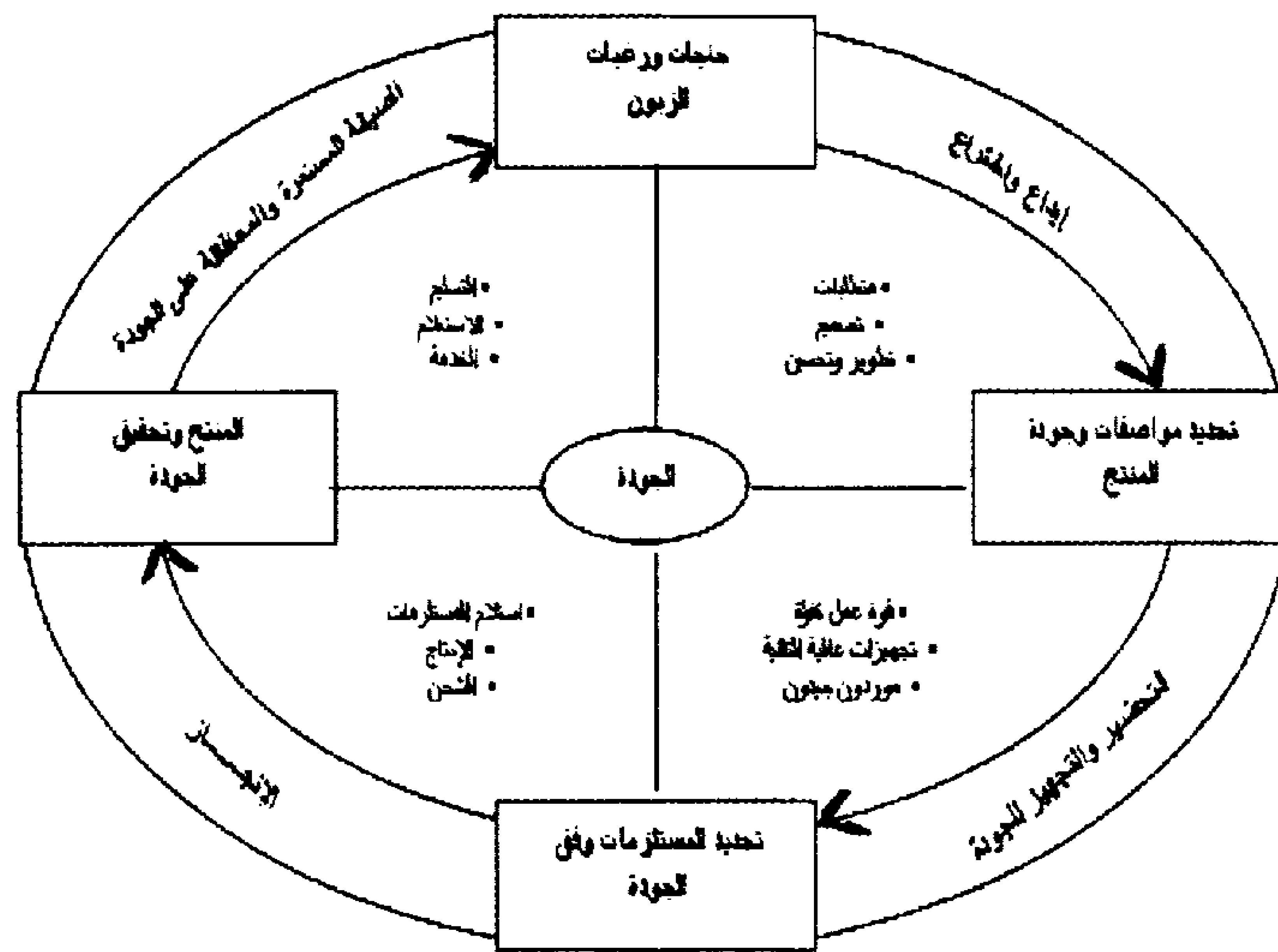
وتمثل هذه الثقافة جزءاً أساسياً من ثقافة المنظمة المعاصرة وهي تشتمل على البنود التالية :

- الجودة هدف إستراتيجي .
- الجودة هدف ومسؤولية الجميع .
- الإيمان بضرورة التحسين المستمر للجودة .
- العمل الصحيح من أول مرة .
- مشاركة العاملين في حل مشاكل الجودة شيء أساسي .

- سعادة العنصر البشري من خلال تحفيزه شيء جوهري ، لأنه هو المسؤول عن تحقيق الجودة التي ترضي الزبون .

12-Quality Cycle of Product — (دودة) حلقة جودة المنتج

يمكن توضيح مفهوم هذا المصطلح بالشكل التالي ، حيث تمثل هذه الدورة منهج متكامل لنشاط المنشأة في مسعاها لتحقيق الجودة وإرضاء عملائها :



13-Quality Engineering — هندسة الجودة

دراسة رغبات الزبون من الناحية الهندسية ، ومن ثم تصميم المنتج هندسياً بشكل يلبي هذه الرغبات ، وبشكل يجعل حالات الخطأ في إنتاجه وفيه عند أدنى حد ، لتحقيق الرضى لديه .

14-Quality Failure Cost — تكلفة إخفاق الجودة

هي النفقات التي تتكبدها المنظمة في حالة وجو أخطاء أو عيوب في منتجها وعدم مطابقته للمواصفات ومستوى الجودة المحدد الذي يرضي الزبون . مثال عليها : تكلفة الخردة وهي الوحدات المعيبة المستبعدة ، تكلفة إصلاح الوحدات المعيبة ، تكلفة إعادة فحص الوحدات المعيبة بعد إصلاحها ، تكلفة خسارة السمعة وفقدان زبائن في حالة وصول السلعة للسوق وتم شراؤها من قبلهم ، وتكلفة مردودات المبيعات ...الخ .

15-Quality Failure Preventation Cost — تكلفة منع فشل الجودة

ويسميها بعضهم بتكلفة الرقابة الوقائية على جودة المنتج (سلعة أو خدمة) ، وبالتالي فهي جملة ما تنفقه المنظمة من مال وجهد ووقت في سبيل منع حدوث عيوب أو أخطاء في المنتج قبل الإنتهاء من إنتاجه .

16-Quality Function Deployment — تعميم وظيفة الجودة

منهجية تقوم على دعامتين أساسيتين هما :

- ترجمة حاجات ورغبات الزبائن وتجسيدها في خصائص مطلوبة في المنتج أوالخدمة في مرحلة التصميم والتطوير.
- نشر وتعميم هذه الخصائص على وظيفة الإنتاج وعلى كافة الوحدات الإدارية في المنظمة للأخذ بها وتوفيرها ، وبالتالي فمسؤولية توفير الجودة مسؤولية جماعية .

وقد تم وضع هذه المنهجية عام 1966 في اليابان من قبل الياباني "YojyAkw" ويُنظر إلى هذه المنهجية اليوم على أنها الدعامة الأساسية التي تقوم عليها "إدارة الجودة الشاملة والتحسين المستمر للجودة " .

17-Quality Humanistic Aspect — الجانب الإنساني للجودة

مصطلح مستخدم في مجال إدارة الجودة الشاملة ويشير معناه ، إلى ضرورة خضوع المورد البشري في المنظمة إلى عملية تعلم وتدريب وتنمية مستمرة ، من أجل تحقيق تحسين الجودة المستمر. كما يشير أيضاً إلى ضرورة تحفيزه بشكل دائم ، لأن تحقيق الجودة التي يعتمد عليها رضى الزبون تتوقف عليه .

18-Quality Improvement Based Control Process — تحسين الجودة على أساس رقابة العملية

هو أحد المداخل المستخدمة في مجال التحسين المستمر للجودة بموجبه تمر عملية التحسين بالمراحل التالية:

- حدد Define : يتم في هذه المرحلة تحديد ما الذي سوف نراقبه تفصيلاً ، وهذا يشتمل على تحديد معايير الرقابة والتقييم .
- قِسْ Measure : تحديد نوع المعلومات التي سيتم جمعها وكيف ؟ ووسائل هذا الجمع .
- قارن Compare : مقارنة الأداء الفعلي أو الإنجاز المحقق مع معايير الجودة لتحديد هل كانت الجودة وفق المطلوب أم لا ، مع تحديد الأسباب .
- إتخاذ إجراء تصحيحي إذا كان ضرورياً Take Corrective Action if Necessary : إذا ظهر نتيجة التحسينات التي أدخلت في ضوء نتائج المقارنة أية مشكلة ، فيجب المسارعة إلى إتخاذ عمل إجرائي تصحيحي لمعالجتها .
- قيم العمل التصحيحي Evaluate Corrective Action : من أجل الوقوف على مدى فاعلية الإجراء في معالجته للمشكلة .

19-Quality Improvement Team — فريق تحسين الجودة

مفهوم نادت بتطبيقه إدارة الجودة الشاملة في المنظمات من أجل تحقيق التحسين المستمر للجودة فيها مفاده ، تشكيل فرق مكونة من بعض العاملين داخل المنظمة ومن بعض المتعاملين معها (ممن لديهم علاقة مباشرة بها كالزبائن والممولين) ليقوموا بدراسة مسألة ما أو موضوع معين ووضع إقتراح من أجل تحسينه.

ويكون أعضاء هذا الفريق من ذوي الخبرات والمؤهلات التي تمكنهم من المساهمة في وضع الحلول للمشاكل والمقترحات ، التي من شأنها تحسين الجودة في كافة مجالات العمل داخل المنظمة . وتجدر الإشارة إلى أن تبني هذا النوع من فرق العمل يتطلب دمج عملها في هيكل المنظمة التنظيمي ، وأن ينظر إليها على أنها جزء من عمل المنظمة الكلي وهيكلها التنظيمي وليس عملاً طارئاً .

20-Quality Inspection — التفتيش على الجودة

مفتشون مختصون بالجودة يقومون بعملية التحقق من جودة المنتج (أو الخدمة) وفق المطلوب ، حيث يقومون بإجراء المطابقة بين معايير الجودة المحددة بشكل مسبق ، مع جودة المنتوج المحققة أو المنجزة ، للتأكد من أن مستوى الجودة المطلوب(المعايير)محافظ عليه بإستمرار في العملية الإنتاجية .

21-Quality Management System — نظام إدارة الجودة

مجموعة الإجراءات التي يتوجب على المنظمة القيام بها ، والمقاييس أو المواصفات التي يجب توفيرها في العمل الإنتاجي للسلعة (أو الخدمة) . وبالتالي فنظام إدارة الجودة يركز على النظم الفنية وإجراءات تطبيقها ، والتي تهدف إلى تحسين كفاءة وجودة العمليات في الشركات الصناعية والخدمية . وأول من وضع هذا النظام منظمة المواصفات العالمية (ISO) وإعتبرته شرطاً للحصول على شهادتها للجودة .

22-Quality of Product Design — جودة تصميم المنتج

تتمثل هذه الجودة بمواصفات المنتج التي يحددها تصميمها الهندسي ، فالمعروف أن لكل سلعة تصميم هندسي خاص بها يضعه مهندسون مختصون ، يتم الإلتزام بها في عملية تصنيعه . وهناك أربعة معايير يمكن من خلالها الحكم على جودة تصميم المنتج هي ما يلي :

- أن يلبي التصميم حاجات ورغبات الزبون .
- أن يتفوق على تصميم المنتجات المنافسة .
- سهولة عملية تصنيعه .
- التكلفة القليلة .

23- Quality of Product Design Conformance — جودة مطابقة تصميم المنتج

إنتاج سلعة (أو تقديم خدمة) بمواصفات تتوافق مع المواصفات التي حددها تصميمها الهندسي، وعند حدوث ذلك هذا معناه أن عملية إنتاج السلعة وتصنيعها قد حققت الجودة المطلوبة في التصميم الهندسي للسلعة أو المنتج ، وتسمى جودة المطابقة هذه بجودة تصميم السلعة الهندسي .

24-Quality of Product Incentive — حافز جودة المنتج

إتجاه حديث في مجال التحفيز الإنساني نادت إدارة الجودة الشاملة بتطبيقه في المنظمات التي تنشد تحسين جودة منتجاها ومفاده : ربط دفع الحوافز المالية التشجيعية للعاملين بمستوى جودة المنتج الـذي يحققونـه وليس بكميته ، فكلما تحسنت الجودة زادت الحوافز المدفوعة لهم ، على أساس أن رضى الزبون يتوقـف إلى حد كبير على مستوى جودة المنتج الذي يشتريه ، بهذا التوجه تكون المنظمة قد خلقت دافعـاً لـدى العاملين أن يعملوا جميعاً بجهد لتحسين جودة المنتج لما فيه من فائدة لهم وللمنظمة التي يعملون فيها .

25-Quality Proactive Organization — منظمة ذات إستجابة فعالة مسبقة للجودة

هي التي تدرس وتخطط لكل شيء وبدقة فلا مجال للتخمين أو الصدفة أو الحظ فكل أمر محسوب حسابه. وهي التي أيضاً تمارس كافة أنواع وأشكال الرقابة لمنع حدوث الخطأ في العمل والإنتاج وشكاوى الزبائن ، فهي لا تنتظر وقوع الخطأ أو حدوث الشكوى لتتصرف ، بل تعمل على منع الخطأ ومنع حدوث التذمر والشكوى لدى العملاء . بهذه السياسة تحتل مثل هذه المنظمة الريادة في جودة سلعتها أو خدمتها بين منافسيها .

26-Quality Process of Product — عملية جودة المنتج

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Quality Cycle of Product

دورة جودة المنتج

27-Quality Standards — معايير الجودة

مقاييس تستخدم لتقيم جودة الشيء (سلعة ، خدمة ، موظف ...الخ) وبالتالي فهي تقيس مدى تـوفر المواصفات والجودة في الشيء ، كالولاء ، والإنتماء ، والأمانة ، لدى الموظف ، المتانة وقـوة التحمـل في الآلة ...الخ . يتضح من ذلك أن هذه المعايير ليست كمية رقمية في الغالب ، وتقييمها لـيس سـهلاً ، إذ يحتاج إلى متابعة مستمرة من أجل تقييمها .

28-Quality Work Life Strategy — إستراتيجية جودة حياة العمل

إستراتيجية وتوجه معاصر لجعل مكان العمل في المنظمة مكاناً مريحاً نفسياً وفسيولوجياً للعمـل فيـه ، لتخلق لدى الموارد البشرية التي تعمل في المنظمة حباً وولاء وإلتزاماً لها . وقد ظهرت هذه الإستراتيجية في أمريكا وأوروبة الغربية بعد أن إنبهر العالم بالتجربة اليابانية في مجال رعاية الموارد البشرية في المنظمـات ، وأسلوب جعل مكان العمل مكاناً للعمل والعيش فيه سوية ، مما مكن المنظمات اليابانيـة مـن أن تغـزو أسواق العالم بسلعها ذات الجودة العالية والتكلفة المقبولة . و تشتمل جودة حياة العمـل علـى جوانـب كثيرة منها على سبيل المثال :

- المعاملة الإنسانية الطيبة والإحترام والتقدير.
- رواتب وأجور ومكافآت مالية قادرة على إشباع الحاجات المادية .
- حماية العاملين من مخاطر العمل ، وتوفير ظروف مناخية جيدة في مكان العمل .
- تقديم مزايا وظيفية إضافية (تأمين على الحياة ، ضمان اجتماعي ...الخ) .
- ديموقراطية الإدارة والمشاركة في صنع القرارات .
- تنمية روح التعاون من خلال تبني أسلوب عمل الفريق .

29-Quantitative Analysis Process عملية التحليل الكمي

مجموعة المراحل التي تستخدمها الأساليب الكمية في دراسة وتحليل وتفسير المشكلات العلمية ووضع الحلول لها ، وهذه المراحل ما يلي :

- تحديد المشكلة .
- صياغة النموذج الرياضي الذي سيستخدم في حل المشكلة ، وتتضمن مجموعة من المعادلات تمثل الهدف والقيود معبراً عنها بمتباينات يتم تحويلها إلى معادلات .
- تهيئة المعلومات .
- حل النموذج الرياضي والوصول إلى نتائج تمثل حل المشكلة .
- تفسير النتائج .
- تنفيذ النتائج أو الحل .

30-Quantitative Decision Making Technique أسلوب صنع القرارات الكمي

يعتمد هذا الأسلوب في صنع القرارات على إستخدام الأساليب الكمية ، وتحديد النتائج المتوقعة من كل بديل ، بعيداً عن العوامل الشخصية في عملية التقييم والمفاضلة وإختيار البديل الأفضل ، وقد ساعدت الحاسبات الآلية على إستخدام هذا النموذج وتطويره .

31-Quantitative Methods الأساليب الكمية

مجال واسع يشتمل على مداخل رياضية رشيدة تُستخدم في عمليات صنع القرارات ، وقد طُور نماذج منها بشكل يسمح إستخدام الحاسب الإلكتروني في حل المشاكل الإدارية . وتعتمد الأساليب الكمية على التحليل الكمي في إتخاذ القرارات الإدارية ، لمساعدة صانع القرار في إيجاد أحسن حل ممكن للمشكلة موضع القرار ، بالإعتماد على التحليل العلمي المنظم للبدائل المتاحة وبيان الآثار المحتملة لها . وأشهر الأساليب الكمية وأكثرها إستخداماً هي : طريقة السيمبلكس ، نماذج النقل ، المحاكاة ، وبرامج بيرت ، ونظرية المباريات وغيرها .

32-Quantitative School — المدرسة الكمية

إحدى مدارس الفكر الإداري ينظر روادها إلى العمل الإداري داخل المنظمة وصنع القرارات وحل المشاكل ، على أنها عمليات إدارية متنوعة في مجالات مختلفة تتصف بالمنطقية ، حيث يمكن تمثيلها بصورة كمية على شكل معادلات ورموز رياضية لصنع قرارات موضوعية حيالها ، بعيدة عن التخمين والحكم الشخصي . هذا الأمر يستدعي تحضير المعلومات المطلوبة لصنع القرار وحل المشكلة ، ثم إعدادها على شكل معادلات ومتراجحات رياضية ، لإظهار العلاقة القائمة بين المتغيرات التي تشكل مضمون المشكلة المراد صنع قرار حيالها ، ثم يسعى إلى حلها بشكل موضوعي رياضياً . ومع ظهور الحاسبات الإلكترونية وتطورها المذهل ، أمكن وضع نماذج رياضية متعددة ، أثبتت جدواها في صنع قرارات جيدة وموضوعية ، ومكنت المنظمات و مديرها على اتخاذ قرارات رشيدة وعقلانية .

33-Quantitative Standards — المعايير الكمية

هي معايير تقييم يمكن التعبير عنها بصورة رقمية مثل : النقود ، الوقت ، الوزن ، المسافة ..الخ . وتتميز بأنها محددة ، ويمكن فهمها وقياسها بسهولة ، وتعطي تقييماً دقيقاً .

34-Quantity Breads Quality — الكم يوسع الجودة

مقولة مفادها : أنه عندما يكون عدد البدائل المتاحة أو المتوفرة كبيراً ، هذا يتيح الوصول إلى أفضل البدائل . فعلى سبيل المثال كلما كثرت الحلول أو الأفكار المطروحة ، كلما زاد إحتمال أن يكون بعضها جيداً وأفضل .

35-Quantity Discount — خصم الكمية

مبلغ من المال يقتطعه البائع من قيمة البضاعة التي يبيعها لصالح مشتريها إذا بلغت مشترياته كمية معينة التي تكون في العادة كبيرة ، والغاية من هذا الخصم ، تشجيع المشترين على الشراء بكميات كبيرة . بهذه الصورة تقوم فلسفة منح هذا الخصم على تحقيق منفعة مشتركة للمشتري وللبائع الذي يرتفع لديه معدل دوران البضاعة ، مما ينعكس إيجاباً على أرباحه .

36-Quantity in Transit — الكمية في الطريق

تمثل طلبية الشراء التي تم طلبها من المورد وقام بشحنها ووصلت إلى المكان المتفق عليه لإستلامها ، وبعد فترة قصيرة من الزمن ستدخل المخازن .

37-Quantity on Hand of Stock — كمية المخزون المتاحة

وتمثل الكمية الفعلية من المخزون الموجودة فعلاً في المخزن والجاهزة للتسليم عند الطلب ، أي جاهزة للطلب والتسليم .

38-Quantity on Order — كمية تحت الطلب

وتمثل كمية البضاعة أو طلبية الشراء التي تم طلبها من المورد أو الموردين الذين تتعامل معهم المنظمة وهي قيد التنفيذ .

39-Quantity Rebate — خصم كمية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Quantity Discount

خصم الكمية

40-Quayage Handling Charges — رسوم رصيف الميناء

مبلغ محدد من المال يُدفع من قبل المصدرين أو المستوردين لقاء شغلهم لمساحة معينة من رصيف ميناء بحري ، تمهيداً لشحنها بالباخرة للخارج ، أو بالسيارة أو بالقطار لإدخالها للبلد (في حالة إستيرادها) . ويتناسب هذا المبلغ مع المساحة التي تشغلها البضاعة والمدة الزمنية التي تبقى خلالها على الرصيف .

41- Questionnaire of Job Analysis — قائمة إستقصاء تحليل العمل (الوظيفة)

تتضمن هذه القائمة مجموعة إستفسارات عن العمل أو الوظيفة المراد جمع معلومات عنها من أجل تحليلها للوصول إلى نتائج تحدد مهامها ومسؤولياتها وصلاحياتها ، والإشتراطات الواجب توفرها في من سوف يشغلها ، وتشتمل هذه الإستفسارت على مايلي :

- إسم الوظيفة .
- مستوى الوظيفة الإداري .
- الأعمال التي تؤديها الوظيفة (المتكررة وغير المتكررة) .
- السلطات والمسؤوليات المترتبة على الوظيفة .
- التسهيلات (الأدوات) التي تستخدم في الوظيفة .
- الوضعية التي تؤدى بها الوظيفة (جالساً ، واقفاً ، متجولاً) .
- المناخ المادي والمعنوي الذي تؤدى فيه الوظيفة (حرارة ، ضوضاء ، علاقات وروابط إجتماعية جيدة ... الخ) .
- المخاطر المصاحبة لأداء الوظيفة .
- علاقة الوظيفة مع الآخرين .

42-Questioning Method — أسلوب التقصي

إصطلاح يصف جمع وتقصي المعلومات والحقائق عن عمل ، أو موقف ، أو إجراء ...الخ ، وذلك بتوجيه

مجموعة من الأسئلة الإستفسارية بصورة منهجية وهي : ماذا ؟ لماذا ؟ أين ؟ من ؟ متى ؟ كيف ؟ . إن الإجابة عن هذه الأسئلة من خلال دراسة الموقف ، تعطي فكرة واضحة وتحليلية عن الشيء الذي يجري فحصه ، وتقديم مقترحات وتوصيات جيدة مطابقة أو مناسبة للواقع ، أي أنها تكون ذات صفة عملية .

43-Queue Time وقت إنتظار أمر الإنتاج للبدء في تنفيذه

يتمثل وقت الإنتظار في هذا المصطلح بالفترة الزمنية التي ينتظرها أمر الإنتاج الجديد لحين البدء في تنفيذه، حيث يكون هناك أمر (أو أكثر) إنتاجي سابق له يجب الإنتهاء منه قبل البدء به ، ففي هذه الحالة يتوجب أن ينتظر الأمر الجديد دوره لفترة زمنية ، لحين إنتهاء الآلات (أوآلة) من تنفيذ أمر الإنتاج السابق .

44-Queuing Theory نظرية خطوط الإنتظار

هي إحدى الأدوات الكمية في صنع القرارات ، حيث تقوم فكرتها الأساسية على مايلي : إن مشكلة الإختناقات وتشكل خطوط أو صفوف الإنتظار التي تنتج عن ضعف إمكانات وطاقة المراكز التي تؤدي الخدمة وعدم قدرتها على توفير الخدمة لطالبيها ، هي ظاهرة يمكن أن نجدها في كثير من منظمات الخدمة . لنأخذ مثلاً أحد المحلات التي يوجد فيها بائع واحد فقط يقوم بخدمة عدد كبير من الزبائن تواجدوا في المحل في وقت واحد . بديهي سيكون أمامنا خط أو صف إنتظار واحد طويل . لو كان في المحل بائعين ، فسيكون هناك خط إنتظار آخر لكن سيكون الخطين أقصر وهكذا ، فكل إضافة إلى رجال البيع بالمحل ستقلل من الوقت الذي ينتظره الزبائن للحصول على الخدمة ، ويقاس على ذلك حالات كثيرة . مشكلة الإدارة هنا إذاً أن تقرر العدد الأمثل من التسهيلات (الموظفين) التي تقدم الخدمة ، وبعبارة أخرى تحديد الطاقة المثلى لمراكز الخدمة ، بحيث يكون معدل عرض الخدمة مساوياً لمعدل طلبها حتى تتلافى مشكلة إنتظار الخدمة ، مع الإشارة إلى أن زيادة حجم أو طاقة مراكز الخدمة ستؤدي إلى خفض تكلفة خطوط الإنتظار ، لكنها ستؤدي إلى رفع تكلفة العمل ، والعكس من ذلك صحيح . لذلك يتوجب على الإدارة إحداث التوازن بين المتغيرين ، وهنا تفيد نظرية خطوط الإنتظار في الوصول إلى قرار يُحدث هذا التوازن .

45-Quick Assets الموجودات السريعة

وتتمثل بالأصول التي تمتلكها المنظمة ويمكن تحويلها بفترة زمنية قصيرة أو سريعة إلى أموال سائلة أو نقدية مثل : مخزون البضاعة ، أوراق القبض ، والأوراق المالية .

46-Quick Current Assets Ratio نسبة التداول السريع

إحدى النسب المالية المستخدمة في مجال التحليل المالي وتقاس عن طريق :

$$\frac{\text{مجموع الأصول السريعة التداول (نقدية + بضاعة + أوراق قبض)}}{\text{مجموع الخصوم المتداولة}}$$

النسبة المعيارية يجب أن تكون 1 : 1 ، أي أن كل وحدة نقدية من الخصوم (الإلتزامات) المتداولة يجب أن يقابلها وحدة نقدية جاهزة لدى المنظمة من أجل تغطيتها أو سدادها .

47-Quit of Work Rate **معدل ترك العمل**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Work Turn Over

معدل دوران العمل

48-Quota of Sales **حصة المبيعات**

حجم المبيعات المتوقع أو المرتقب المطلوب تحقيقه في منطقة جغرافية معينة أو سوق معين .

49-Quota System **نظام الحصة**

قيد كمي (كمية محددة) تضعه الحكومات تحدد فيه كمية السلع المسموح دخولها للبلد . ويهدف هذا النظام إلى منع إغراق السلع المستوردة للسوق المحلية ، من أجل حماية المنتجين المحليين ومنع حدوث كساد للسلع المنتجة محلياً ، وإرتفاع معدل البطالة بسبب تناقص فرص العمل في المنشآت المحلية ، بسبب تراجع رقم مبيعاتها وبالتالي إنتاجها ، الأمر الذي يدفعها إلى تسريح جزء من قوتها العاملة .

50-Quotas Sample **العينة الحصصية**

هي إحدى أنواع العينة غير الإحتمالية وتقوم فكرتها على أساس تقسيم المجتمع الإحصائي إلى فئات أو طبقات ، وإنتقاء مفردات من كل فئة أو طبقة . إذاً هذه العينة هي نفسها العينة الطبقية مع فارق أن مفرداتها يتم إنتقاءهم بشكل متحيز وليس عشوائياً .

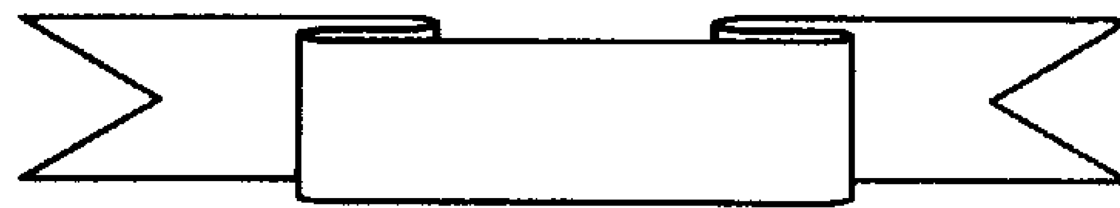
51-Quotation Price **عرض سعر**

سعر معين يحدده ويتقدم به شخص (أو منظمة) يدعى بالعارض أو المزود أو الممول ، لقيمة بضاعة أو لأداء مهمة أو تنفيذ عمل مطلوب من قبل شخص آخر (أو منظمة) . ويتم تحديده في ضوء المواصفات والشروط المطلوبة من قبل الجهة صاحبة الحاجة والمعلنة عن حاجتها ، وكذلك في ضوء المهلة الزمنية الممنوحة من قبلها لتوريد البضاعة أو لتنفيذ العمل .

52-QVALITY **عوامل جذب الزبون السبع وتحقيق الرضى لديه**

يشير كل حرف من حروف هذا المصطلح إلى عامل معين ، حيث يشكل مجموعها ما يسمى بعوامل جذب الزبون وتحقيق الرضى لديه ، سواء بشكل مباشر أو غير مباشر ، هذا ما أشار إليه المفكرون في مجال إدارة الجودة الشاملة التي أسموها بمحددات الجودة الشاملة . وفي ما يلي مدلول كل حرف منها :

- **Quality** الجودة : أي أن المنتج (سلعة أو خدمة) قادر على تحقيق الإشباع المادي والمعنوي لدى الزبون وبدرجة عالية ، وما يتبع الجودة من خدمات قبل شراء الزبون للمنتج وبعد الشراء، مما يحق لديه الرضى .
- **Volume** الحجم : ويعني تسليم الزبون أية كمية يحتاجها أو يطلبها من المنتج ، وكذلك حجم المنتج المرغوب فيه .
- **Administration** الإدارة : أن تكون إجراءات التعامل مع الزبون واضحة ، سهلة ، سريعة ، مرنة ، بحيث يشتري المنتج بدون مشاكل أو عقبات ، والرد على شكاواه بفاعلية .
- **Location** الموقع : توفير المنتج في المكان المتواجد فيه الزبون ، بحيث لا يبذل الجهد من أجل الوصول إليه وشراءه .
- **Interrelations** العلاقات المتبادلة الشخصية : معاملة الزبون معاملة طيبة وإحترام وتقدير ولطافة ، وإقامة علاقات حسنة ومستمرة معه ، وجعله ينظر للمنشأة على أنها يهمها مصلحته ومصلحة البيئة والمجتمع .
- **Time** الوقت : أي يسلم المنتج للزبون في الوقت المناسب له وبدون تأخير أو تأجيل .
- **Yield** المنفعة : أن يحقق المنتج أقصى منفعة ممكنة للزبون بشكل تتوزان مع السعر أو القيمة التي يدفعها عند شرائه له ، وهذا ما يسمى بالتوازن بين التضحيات التي يقدمها الزبون والمنفعة التي حصل عليها من المنتج .





1-Rack Merchandiser **متعهد تجهيز الأرفف بالسلعة**

هو أحد أنواع تجار الجملة الذي يقوم بعرض سلعته على أرفق تاجر التجزئة وتحت مسـؤوليته ، لكنـها تباع باسم صاحب أو مالك التجزئة ، الذي يتقاضى عمولة منه عن بيعها ، وهذا النوع من البيـع شـائع في المتاجر المعروفة باسم " السوبر ماركت " .

2-Random Checking **التدقيق العشوائي**

إحدى الطرق المستخدمة في مجال الفحص والرقابة على الإنتاج ، ومواد الشراء ، والمخزون، والمعاملات المحاسبية...الخ ، من أجل التأكد من سلامة الشيء الخاضع للتدقيق . وهذا النوع من التـدقيق لا يعتمـد على تدقيق كامل الكمية (المجتمع الإحصائي) ، بل يعتمد على أخذ عينة عشوائية بحجم معين مـن أجـل الحكم على سلامة الكمية الكلية .

3-Random Fluctuations **تقلبات عشوائية**

متغيرات بيئية (الأسعار ، العرض والطلب ...الخ) يحدث فيها تغيرات غير متوقعة ونتيجة أسباب غـير واضحة ، تؤثر في نشاط المنظمات .

4-Random Location Storing Method **أسلوب التخزين في موقع عشوائي**

يتم التخزين بموجب هذا الأسلوب ، بأن تخزن المواد أو الأصناف في أي مكان فارغ غير مشغول داخل المستودع ، بمعنى لا يوجد مكان أو موقع محدد وثابت ومخصص لكل صنف تُخزن فيه .

5-Range of Product **مدى المُنتَجْ**

يعبر المدى هنا عن أنواع المنتج أو السلعة ، الذي يسمى بالتشكيلة السلعية للمنتج الواحـد. فشـركة مرسيدس مثلاً تنتج سلعة واحدة فقط وهي السيارة لكن بأحجام ، ومواصفات ، وألوان ، وقـوة محـرك مختلفة لترضي حاجة ورغبة أكبر شريحة من الزبائن .

6-Rank and File Employee **موظف كاتب (غير رئيس أو غير إداري)**

يمثل هذا الموظف فئة العاملين الذين يعملون في مجال الأعمال الكتابية كالديوان مثلاً، فهذه الفئة ليسـت رئاسية أي لا تمتلك سلطة إدارية أو إشرافية ، إنما هي منفذة للأعمال المكتبية الروتينية المتكررة .

7-Ranking Evaluation Approach **مدخل التقييم عن طريق الترتيب**

لهذا المدخل تسمية أخرى هي المدخل المقارن Comparison Approach ويعبر عن الإتجاه التقليدي في عمليات التقييم بوجه عام وأداء الموارد البشرية بشكل خاص ، ويشتمل على ثلاثة أساليب تقييميه هـي: الترتيب البسيط Simple Ranking Method والمقارنة المزدوجـة Paired Comparison Method والتوزيع الإجباري Forced Distribution Method ويقوم هذا المدخل على الأسس التالية :

- يجري التقييم جماعياً أي لمجموعة من العناصر(أفراد ، أشياء) المتشابهة لكنها ليست متماثلة وبالتالي لا يعتبر ولا يقيم عنصر المجموعة لوحده كوحدة تقييم مستقلة بل يقيم بالمقارنة مع العناصر الأخرى التي تضمنها المجموعة .
- يجري التقييم بشكل إجمالي أو كلي أي مقارنة عنصر المجموعة مع كل العناصر الأخرى كأن نقول هذا أفضل من ذاك .
- ترتب عناصر المجموعة بعد مقارنتها وتقييمها من الأفضل للأسوأ .

8-Ranking Method أسلوب الترتيب

أحد الأساليب القديمة المستخدمة في مجال التقييم بوجه عام ، وأداء العاملين في المنظمات بشكل خاص ، حيث يعتمد المقيم بموجبه في تقييم وتحديد كفاءة العاملين على مقارنة أداء وسلوك بعضهم ببعض ليختار أياً منهم الأكفأ ليضعه في الترتيب الأول . ثم يعيد المقارنة ثانية بين العاملين المتبقين لينتقي الأكفأ منهم ليضعه في الترتيب الثاني في قائمة الكفاءة ، وهكذا تستمر عملية المقارنة لحين إنتهاء عدد الأفراد الخاضعين للتقييم ، فيحصل المقيم على قائمة كفاءة تشتمل على ترتيب كفاءة العاملين الذين قام بتقييمهم من الأكفأ إلى الأقل كفاءة أي تنازلياً .

9-Rapid Skimming Strategy إستراتيجية القشط السريع

هي إحدى إستراتيجيات التسويق التي تعتمد عليها المنظمات وتتبعها عندما تكون السلعة (أو الخدمة) مطروحة لأول مرة في السوق ولا توجد سلعة منافسة لها (ميزة تنافسية) ، في هذه الحالة توجه هذه الإستراتيجية إلى بيع السلعة بسعر مرتفع لجني أرباح وفيرة وسريعة قبل دخول سلعة أو أكثر منافسة لها للسوق ، فهذه فرصة يجب إستثمارها بشكل سريع ، وهنا يتطلب الأمر دعم هذه الإستراتيجية بحملة ترويج مكثفة وعالية المستوى ، لتعريف المستهلك بالسلعة بشكل سريع ، فالزمن هنا له قيمة كبيرة يجب إغتنامه قبل ظهور سلع منافسة .

10-Rate of Absenteeism معدل الغياب عن العمل

يحسب هذا المعدل عن طريق :

$$\frac{\text{عدد ساعات الغياب في فترة زمنية معينة}}{\text{(عدد العاملين × عدد ساعات العمل الرسمية)بنفس الفترة}} \times 100$$

يفيد حساب هذا المعدل في معرفة مدى إلتزام وإنضباط العاملين في المنظمة وإحترامهم لمواعيد العمل الرسمية .

11-Rate of Return معدل العائد

أحد المعايير أو الأدوات المستخدمة في مجال الإدارة المالية والتحليل المالي بشكل خاص ، حيث يستخدم لمعرفة أو الحكم على مدى فاعلية ونجاح عملية الإستثمار في مشروع أعمال . ويقاس هذا المعدل على النحو التالي:

$$\frac{\text{الربح الصافي}}{\text{مجموع الأصول}} \times 100$$

12-Rational Buying Motives — دوافع الشراء الرشيدة

تشكل هذه الدوافع الأسس العقلانية والموضوعية القائمة على التفكير المنطقي التي يقوم عليها قرار شراء المستهلك ، الذي يأخذ في إعتباره مدى النفع الذي سيحصل عليه من وراء شرائه للسلعة (أو الخدمة) ، ومدى قدرها على إشباع حاجته ، وسعرها ، ومستوى جودها ومواصفاها، وسهولة الحصول عليها ، ومدى توفر الخدمة بعد شراءها...الخ ، مقارنة مع السلع الأخرى المنافسة المتاحة أمامه في السوق . إذاً يمكن القول أن دوافع الشراء هنا عقلانية وليست عاطفية التي تُحَكِمْ العاطفة قبل التفكير .

13-Rational Comprehensive Decision Making Model — النموذج العقلاني (الشمولي) في صنع القرار

يعتبر هذا النموذج الأكثر شيوعاً في عملية صنع القرار ، ويتكون من العناصر التالية :

- تحديد المشكلة وتعريفها وفهمها بشكل جيد وفرزها عن المشاكل الأخرى .
- توضيح الأهداف والقيم وترتيبها حسب أهميتها التي تُرشد صانع القرار .
- تحديد البدائل المختلفة لمعالجة المشكلة .
- تحديد الآثار الناجمة عن كل بديل (التكلفة والمنفعة) .
- المفاضلة بين البدائل من خلال آثار كل منها .
- إختيار البديل الذي يحقق أقصى عائد .
- تطبيق القرار .
- تقييم القرار بعد تنفيذه .

14-Rational Decision Making Model — النموذج الرشيد في صنع القرار

يمثل هذا النموذج وجهة النظر التقليدية في عملية صنع القرار، حيث تعتبر صانع القرار رجل إقتصادي ينصب جهده بشكل أساسي على تحقيق المنفعة الإقتصادية القصوى التي تسمى بالرشد في صنع القرار، الذي يجب أن يتصف به رجال الإدارة عامة والإدارة العليا بشكل خاص . ويتمثل الرشد هنا بأن الإدارة العليا تقوم بتحديد الأهداف بموضوعية ودقة ، وكذلك الوسائل المثالية لتحقيقها ، في حين تتجسد صفة الرشد لدى الإدارة الوسطى والمباشرة ، بإتباع الوسائل المحددة بدقة وموضوعية كاملة ، وتبذل أقصى مالديها وما بوسعها لتحقيق هذه الأهداف ، للحصول على التحفيز المادي الجيد . من هذا المنطلق فإشباع

حاجات العاملين بوجه عام وصانعي القرارات بشكل خاص ، يعتمد على رشدهم في صنع القرار وتنفيذه، الذي من خلاله ستتم إشباع حاجاتهم .

15-Rationality of Economic **الرشد الإقتصادي**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى سمة عامة يجب أن تتوفر لدى الجميع مفادها : أن كل فرد يسعى إلى تحقيق أكبر منفعة إقتصادية لنفسه عندما يمارس أي نشاط إقتصادي ، وهذه الصفة يتسم بها أيضاً نشاط جميع منظمات الأعمال في ممارساتها الإقتصادية .

16-Rationalization **التبرير**

قيام الفرد بتقديم مبررات ودواعي لتفسير رغباته ودوافعه الكامنة وراء سلوكه ، وذلك لإظهار هذا السلوك على أنه صحيح ، عندما يوجه الآخرون له نقداً .

17-Raw-Materials **مواد خام**

هي المواد المستخرجة من الطبيعة كالنفط ، الفحم الحجري ، الحديد ، قصب السكر..الخ ، وهذه المواد لم تُجْرَ عليها أية عملية صناعية ، وهي في غالبيتها غير قابلة للإستهلاك بوضعها الطبيعي ، إلا بعد إجراء عملية صناعية عليها لتتحول لمادة أولية صالحة للإستخدام .

18-(RDE) Stock Classification **تصنيف المخزون وفق صعوبة/سهولة شرائه**

هو أحد الأساليب المستخدمة في تصنف المخزون ، حيث تصنيف المواد المخزنة بموجب هذا الأسلوب حسب مدى ندرة وصعوبة أو سهولة شرائها من السوق أي من الموردين ، وبالتالي يمكن أن يتم التصنيف وفق ما يلي :

- مجموعة المواد النادرة ذات الصعوبة في الحصول عليها Rare .
- مجموعة المواد الصعب الحصول عليها Difficult .
- مجموعة المواد سهلة الحصول عليها Easy .

19-Reactive Organization **منظمة ردة الفعل**

هي التي تعالج المشاكل وشكاوى عملائها فقط عند حدوثها ، فالتحسين في مفهومها هو معالجة المشاكل عند وجودها وليس التنبؤ بها قبل وقوعها للعمل على تلافيها قبل حدوثها ، ولا يوجد لدى إدارتها مفهوم التحسين المستمر للجودة وإن لم تكن هناك شكاوى .

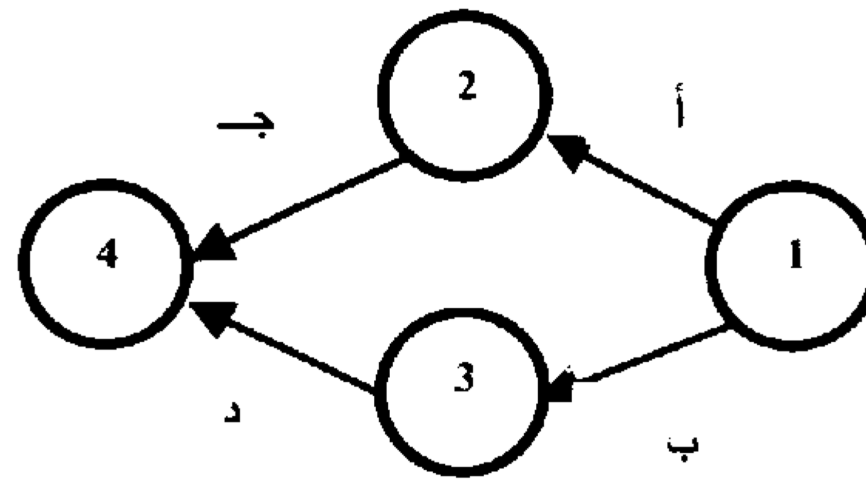
20-Reactive Strategy **إستراتيجية الإستجابة بردة الفعل**

إستجابة المنظمة لتغيرات البيئة بعد حدوثها أو وقوعها ، وهنا تكون الإستجابة غير فعالة بسبب عدم التمكن من الإستعداد لمواجهتها بشكل مسبق مثال على ذلك : توقعت الأوساط القانونية صدور تعديل

قانوني لعدد أيام العمل الأسبوعية لتكون خمسة بدلاً من ستة ، فالمنظمات التي تطبق هـــذه الإســـتراتيجية تنتظر لحين صدور التعديل لتقوم بتعديل ساعات وأيام العمل لديها ، مما قد يحدث إرباكاً لديها في تغطيـــة ساعات العمل التي نقصت ، وبالتالي قد تكون الإستجابة غير فعالة بسبب خروج الأمور عن سيطرتها . في حين منظمات أخرى تستعد مسبقاً وتخطط لما سوف تفعله في ما إذا صدر مثل هذا القانون ، فهي في هـــذه الحالة بأمان سواء صدر القانون أو لم يصدر . إذاً يمكن القول بأن هذه الإستراتيجية تطبق مبـــدأ :حلـــول المشاكل بردة الفعل كبديل للفعل المسبق .

21-Real Activities — أنشطة حقيقية

مصطلح يُستخدم في مجال أسلوب شبكات الأعمال والمسار الحرج(CPM) وهو أحد الأساليب الكمية المستخدمة في متابعة تنفيذ المشروعات وتقييمها. وترسم الأنشطة الحقيقية على شبكة الأعمال على شـــكل أسهم ⇦ تعبر عن الأعمال التي يجب تنفيذها للإنتقال من حدث(**Event**) واقع على الشـــبكة لحـــدث لأخر، والحدث يوضح أو يمثل تحقيق إنجاز معين (أو مرحلة) في تنفيذ المشروع كما موضح هو في الشـــكل التالي :



توضح الشبكة أن تنفيذ المشروع يتم من خلال أربع مراحل أو أحداث هي 4,3,2,1 وأربعـــة أنشـــطة هي أ ، ب ، ج ، د .

22-Real Needs — الحاجات الحقيقية

ويسميها بعضهم بالحاجات الأساسية أو الحيوية التي لا بقاء للإنسان إذا لم يشبعها ، فبإشباعه لها يحـــافظ على حياته وبقائه وصحته ، كالحاجة للطعام ، والشراب ، والجنس ...الخ .

23-Real Estate Bank — المصرف العقاري

هو أحد أنواع المصارف المتخصصة الذي يسهم في تمويل إنشاء المباني وشراء العقارات ، حيـــث يمـــنح قروضاً طويلة الأجل لتتناسب مع طبيعة الإستثمارات العقارية التي يمولها ، وتعتبر المصارف العقارية وسيلة فعالة في حل أزمات السكن ، وبناء المشافي ، والمدارس ، والفنادق ...الخ في الكثير من بلدان العالم .

24-Real Wage or Salary — الأجر أو الراتب الحقيقي (الفعلي)

يمثل القيمة أو القوة الشرائية الفعلية التي يمكن بوساطتها شراء السلع أو الخدمات من السوق . وتحسب هذه القيمة عن طريق إستبعاد نسبة التضخم في الإقتصاد من الأجر . فإذا كان الأجر /5000/ وحدة نقدية وكانت نسبة التضخم 10% تكون القوة الحقيقية أو الشرائية لهذا الأجر /4500/ وحدة نقدية .

25-Realistic Job Preview النظرة الحقيقية المسبقة عن العمل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Realistic Recruitment

الإستقطاب الحقيقي

26-Realistic Recruitment الإستقطاب الحقيقي (الفعلي)

أسلوب يعتمد على نشر الحقائق عن المنظمة وعن واقع العمل فيها بإيجابياته وسلبياته ، عند قيامها باستقطاب الموارد البشرية التي تحتاجها للعمل لديها. والغاية من ذلك خلق الثقة لدى هذه الموارد بالمنظمة وبأنها صادقة وأمينة ، وبالتالي إيجاد الرغبة لديها للتقدم وطلب التوظف والعمل فيها وهي مطمئنة .

27-Realistic- Self Assessment تقييم الذات الحقيقي (الفعلي)

هو أحد تقنيات تقييم أداء العاملين في المنظمات ويقصد به ، وقفة صادقة مع الذات يقوم الفرد من خلالها بتقييم مهاراته وإمكاناته وسلوكه وأدائه بشكل موضوعي غير متحيز ، ليحدد جوانب القوة لديه ليعمل على تدعيمها وتفعيلها للإستفادة منها أكثر، وجوانب الضعف ليعمل على تلافيها . وهنا يتوجب على الرئيس المباشر أن يكون داعماً ومساعداً لمرؤوسيه عند تقييمهم لذاتهم ومعالجة نتائج التقييم ، وإقناعهم بأنه لمصلحتهم ولا خوف من نتائجه . ويمكن القول أن هذه التقنية ذات فائدة كبيرة ، لأن الفرد هو أدرى من الجميع بحقيقة أدائه ، تطبيقاً للمقولة المعروفة "أهل مكة أدرى بشعابها"، وتعود فكرة تقييم الذات للرئيس الأمريكي بنجامين فرانكلين Bengamin Frankline .

28-Reasoning Public الجمهور العقلاني

يُستخدم هذا المصطلح في مجال العلاقات العامة ويشير مفهومه إلى : لا يقصد بالعقلانية هنا أن يكون الجمهور ذكياً ، أو ذو تعلم عالي ، بل يقصد بعقلانية الجمهور ، أن أفراده يفهمون قضيتهم فهماً عميقاً ، ولديهم الحقائق عنها ، وبالتالي يكون رأيهم قد تشكل على أساس عقلاني ومنطقي ، ورأيهم صائباً وأكثر إدراكاً وتوافقاً لمصالح المجموعة .

29-Reassignment إعادة تعيين المهمة

يقصد به تغيير وظيفة أو عمل الفرد داخل المنظمة ، حيث ينتج عن هذا التغيير تغيير في نوعية وحجم مهامه ومسؤولياته ، دون أن يصاحب ذلك تغيير في وضعه الوظيفي (الترقية) . وبالتالي يمثل تغيير المهمة نوع من أنواع النقل الوظيفي الذي يسمى بالنقل الأفقي غالباً .

30-Receivable Account **حساب القبض**

بيان مالي يوضح المبالغ المستحقة على الغير (المدينون) وتواريخ إستحقاق تحصيلها منهم .

31-Recent Performance Rating Error **خطأ التأثر بالأداء الحديث في تقييم أداء العاملين**

يتم تقييم أداء العاملين في المنظمات عادة في نهاية فترات محددة هي في الغالب سنة ، وأغلب الرؤساء المقيمين عند تقييم أداء مرؤوسيهم يعتمدون بشكل رئيس على ذاكرتهم في تذكر أداء وسلوك المرؤوسين خلال فترة التقييم وهي السنة ، الأمر الذي يجعلهم يتذكرون فقط الأداء والسلوك الحديثين اللذين تما في نهاية الفترة ، وبالطبع هذا لا يعطي فكرة واضحة ودقيقة عن حقيقة أداء المرؤوسين وكفاءتهم في العمل على مدار السنة .

32-Recirocity Purchasing Policy **سياسة تبادلية الشراء**

تتبع هذه السياسة من قبل منشأتين تستخدمان منتج (أو منتجات) بعضهما بعضاً ، حيث يتفقا معاً إذا إشترت إحداهما كمية من منتج المنشأة الأخرى بقيمة معينة ، يتوجب على الأخيرة أن تشتري من الأولى كمية من منتجها بنفس القيمة .

33-Recruitment of Human Resources **إستقطاب الموارد البشرية**

عملية تقوم بها إدارة الموارد البشرية من أجل البحث عن حاجة المنظمة من القوى العاملة وجذب وترغيب وتشجيع أكبر عدد ممكن منها من سوق العمل ، وبمواصفات معينة وفي الوقت المحدد، للتقدم وطلب التوظف فيها ، وذلك وفق إحتياجات تحقيق إستراتيجيتها المستقبلية التي تظهرها نتائج تخطيط الموارد البشرية ، بهدف شغل وظائف شاغرة لديها وتلبية حاجة العمل فيها . وتتم عملية البحث هذه في سوق العمل الذي تمثله مصادر متعددة للقوى العاملة كالجامعات ، الشركات الأخرى ، المدارس المهنية...الخ . وبعد تحديد المصادر التي يتوفر فيها حاجتها ، تقوم بالإتصال بالقوى العاملة المتاحة في هذه المصادر ، وإغرائها بمزايا وظيفية متعددة ، من أجل خلق الرغبة لديها للتقدم وطلب التوظف في المنظمة . ويشير هدف الإستقطاب الحديث ، ألا تكون عملية الترغيب للقوى العاملة الخارجية فقط بل للداخلية أيضاً ، من أجل المحافظة عليها وعدم تركها للعمل والذهاب لأماكن عمل أخرى أفضل . وبالتالي يمكن القول أن عملية الإستقطاب ذات شقين : الأول ترغيب للموارد البشرية الخارجية ، والثانية ترغيب للموارد البشرية التي تمتلكها المنظمة من أجل البقاء والإستمرار في العمل لديها .

34-Recruitment Sources **مصادر الإستقطاب**

الأماكن التي تتوفر فيها الموارد البشرية (القوى العاملة) التي تحتاج إليهـــا المنظمـــة ، وبالمواصـــفات المطلوبة كالجامعات ، والمعاهد ، والمدارس المهنية ، ومكاتب التوظيف...الخ ، التي تشكل حيزاً كبيراً مـــن سوق العمل .

35-Rectification Cost Product **تكلفة معالجة المُنْتَجْ**

هي النفقة التي تدفعها المنظمة في سبيل معالجة الوحدات المنتجة التي يوجد فيها عيوب في عملية تصنيعها، من أجل تصحيحها وجعلها قابلة للبيع والإستهلاك . وتكشف هذه العيوب الرقابة النوعية (الجودة) علـــى الإنتاج ، وتدخل نفقة المعالجة هذه ضمن تكلفة المنتج .

36-Red Clause Credit **إعتماد الدفعة المقدمة**

إعتماد مستندي يتضمن شرطاً يُكتب عليه عادة بالمداد (الحبر) الأحمر ، يسمح للمستفيد بقبض دفعـــة أو مبلغ مقدم ومحدد منه قبل شحن البضاعة ، وذلك من أجل تجهيزها .

37-Red Tape **تعقيدات روتينية**

صفة سلبية تطلق على إجراءات العمل في المنظمة ، وتشير إلى بطء وتأخير تنفيذ وسير الأعمال داخلها ، وهي إما أن تكون ناتجة عن تصميم الإجراء نفسه (خطوات لا لزوم لها مثلاً) أو أنها ناتجة عن تمسك الموظفين الأعمى والحرفي بمضمون وخطوات الإجراء .

38-Redemption of Loan **سداد (إسترداد) القرض**

تسديد مبلغ القرض وفوائده من قبل المقترض للمقرض الذي إستدان منه ، الذي يكون عادة مصـــرفاً ، وذلك عند تاريخ إستحقاقه أو قبله .

39-Redeployment **إعادة توزيع التوظيف أو الإستخدام**

إجراء تتبعه المنظمة تقوم من خلاله بنقل جزء من القوى العاملة لديها من مجال عمل فيه فائض منـــها إلى مجال عمل آخر يعاني من نقص أو حاجة لها ، وذلك من أجل تحقيق التوازن بين عبء العمل وقوة العمـــل في وحداتها الإدارية ، وهذا ما يسعى إليه تخطيط المورد البشري (القوى العاملة) في أية منظمـــة كانـــت ، ويتبعه إعادة تأهيل العاملين الذين نقلوا إلى وظائف جديدة .

40-Rediscounted Bills of Exchange **إعادة خصم الكمبيالات**

هي التي يعيد المصرف خصمها لدى المصرف المركزي توفيراً للسيولة ، ويقصد بخصم الكمبيالة : عملية شراء الكمبيالة التي تستحق في فترة آجلة بقيمتها الحالية (القيمة الإسمية مطروح منها الفائدة والعمولة) .

41-Reducing the Price Strategy **إستراتيجية تخفيض السعر**

تعتبر هذه الإستراتيجية إستراتيجية دفاعية تستخدم في حالتين : الأولى لمواجهة المنافسة والثانية للقضاء عليها ، حيث يكون التخفيض للحد الذي لا يمكن للمنافسين بيع منتجهم بنفس السعر. ويتطلب تطبيق هذه الإستراتيجية توفر إمكانات مالية جيدة لدى المنظمة لأن التخفيض سيؤدي إلى إنخفاض أرباحها ، لكن على أمل أن السعر المنخفض سيزيد من حجم الحصة السوقية والإيرادات ، بشكل تغطي الزيادة الخسارة المالية التي نتجت عن تخفيض السعر .

42-Re-Employment — إعادة الإستخدام

ويسميه بعضهم بإعادة التوظيف ، ويحدث عندما يترك أحد العاملين العمل في المنظمة بسبب الإستقالة أو التسريح ، حيث تعيد المنظمة توظيفه ثانية ومن جديد بعد فترة زمنية (هذا في حالة كون المنظمة بحاجة لخدماته) . في هذه الحالة يبدأ قدمه الوظيفي من تاريخ التعيين الثاني ، وليس من تاريخ التعيين أو التوظيف الأول ، إلا في حالة إستثنائية هي الحاجة الكبيرة لخدمات الشخص ، حيث يعاد له قدمه الوظيفي من تاريخ إستخدامه الأول .

43-Reengineering Manager — مدير إعادة الهندسة

هو المسؤول الأول عن تنفيذ مشروع إعادة هندسة العمليات في المنظمة ، فهو يديرها ويشرف على تنفيذها وينسق أعمالها ، وبالتالي فهو المسؤول عن إنجازها وتحقيق أهدافها ، وشأنه كشأن أي مدير آخر في المنظمة كمدير الإنتاج ، ومدير التسويق ، والمدير المالي...الخ ، أي أن له مهام وسلطات محددة يمارسها ويتحملها . ويقصد بإعادة الهندسة ، إعادة تفكير جذرية في تصميم عمليات المنظمة من جديد وبشكل جذري ، من أجل إدخال تحسينات أساسية مثيرة عليها ، وفق مقاييس الأداء المعاصرة بحيث تشمل : الجودة ، التكلفة ، الخدمات ، السرعة .

44-Refered Decisions — قرارات مُحولة

يتجنب بعض الرؤساء في المنظمات صنع القرارات إلى أن يطلب منهم ذلك من جانب جهة أو من رئيس أعلى ، أو تحول لهم مشكلة من قبل مرؤوسيهم تحتاج إلى حل ، فالرؤساء هنا يكون عنصر المبادأة لديهم ضعيفاً ، فهم ينتظرون المشاكل لحين ظهورها ليعالجوها بصنع قرارات تدعى بالقرارات المحولة .

45-Reference Group — الجماعة المرجعية

معروف بأن داخل التنظيم الرسمي لأية منظمة ، هناك تنظيمات غير رسمية يسميها بعضهم بجماعة العمل غير الرسمية أو المرجعية ، التي ينتمي أعضاء التنظيم الرسمي (ليس بالضرورة جميعهم) إليها ، فبعض العاملين قد ينتمي إلى إحدى هذه الجماعات إما بسبب القرابة ، أوالمصلحة ، أوالهواية، حيث تعمل هذه الجماعة على الدفاع عن مصالح أعضائها ، ولقاء هذا الدفاع يلتزم العضو باتجاهاتها ، وقيمها ، وسلوكها ،

ومعتقداها ، أي أنه يسترشد بها في سلوكه وتصرفه مع الآخرين داخل المنظمة ، بمعنى أخر أنها بمثابة الموجه لسلوكه ، فمخالفته لقواعدها السلوكية يعني أنه سيلفظ من قبلها .

46-Reference Prices **الأسعار المرجعية**

يقصد بها سعر السلعة الراسخ في ذهن المستهلك عند قيامه بشراء سلعة مماثلة أو بديلة ، حيث يقوم بمقارنة سعر السلعة الجديدة مع السعر المترسخ في ذهنه ليقرر الشراء أو عدمه .

47-Referals of Employees **ترشيحات العاملين للتعيين**

هي إحدى الوسائل التي تستخدمها إدارة الموارد البشرية في المنظمات في إستقطاب حاجتها من القوى العاملة لسد النقص الحاصل لديها منها ، وتعتبر إحدى وسائل الإستقطاب الداخلي . بموجبها يطلب من العاملين حالياً في المنظمة ويشجعوا على ترشيح أفراد يعرفوهم تنطبق عليهم المواصفات المطلوبة للتوظيف، وذلك من أقربائهم ، وأصدقائهم ، ومعارفهم ، ممن يتصفون بالسمعة الحسنة ، من أجل الإتصال بهم والطلب منهم التقدم رسمياً لطلب العمل في المنظمة . ويستخدم هذا الأسلوب بشكل خاص في مجال إستقطاب المهارات والمؤهلات العلمية النادرة .

48-Refresher Training Course **برنامج تدريبي مُنَشِطْ**

يصمم هذا البرنامج التدريبي ويعطى لمتدربين سبق وأن تدربوا من فترة زمنية ليست بطويلة كثيراً، والغاية منه إعادة تذكيرهم بما تدربوا عليه سابقاً ، أو تدريبهم على أشياء جديدة ظهرت بعد تدريبهم الأول ولم يتدربوا عليها .

49-Registration of Business Names Act **قانون تسجيل أسماء مشاريع الأعمال**

يوجد في كل بلد قانون تجاري ينظم عمليات التجارة والصناعة وترخيص المشاريع وممارساتها الإقتصادية، ويشترط هذا القانون عدم إقامة أي مشروع (صناعي أو تجاري) إلا بعد الحصول على ترخيص حكومي بذلك . وبعد الحصول على الترخيص هناك سجل تسجل فيه جميع أسماء المشاريع المرخصة .

50-Registered Bonds **السندات المضمونة (المسجلة)**

هي إحدى أنواع السندات التي تصدرها الشركات الخاصة ، وهي بالتالي أوراق مالية قابلة للتداول في السوق المالي ، وتسجل الشركة إسم مالكها في سجلاتها ، لتعطيه الحماية ضد إحتمالات السرقة ، أو الضياع ، أو التلف .

51-Registered Trade Mark **علامة تجارية مسجلة**

العلامة التجارية هي إشارة أو شكل معين يضعها المنتجون على منتجاتهم (أو خدماتهم) ليميزوها عن المنتجات الأخرى المنافسة . ولضمان عدم تقليدها أو إستخدامها من قبل الآخرين ، يقوم صاحبها

بتسجيلها بشكل قانوني لدى غرف التجارة أو الصناعة لضمان حقه ، فأي إستخدام لها من قبل الغير يعرض نفسه للمسألة القانونية .

52-Registered Traders **التجار المسجلون**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Floor Traders

تجار الصالة

53-Registered Behavior **سلوك الإنحدار أو التقهقر(السلبي)**

يمثل أحد أنواع السلوك الدفاعي اللاشعوري أو اللاإرادي الذي يلجأ إليه الإنسان عندما يفشل أو يخفق في إشباع حاجة أو أكثر لديه ، حيث يتبنى سلوكاً معيناً للتنفيس عن إخفاقه ، كأن يلجأ إلى البكاء ، أو سلوك صبياني ، ويوجد هذا النوع من السلوك لدى الإناث أكثر من الرجال .

54-Restatement to Service **الإعادة إلى الخدمة**

إعادة الموظف أو العامل إلى العمل في المنظمة بعد تركه لها بسبب الإستقالة ، أو التسريح...الخ، مع الإحتفاظ بجميع حقوقه السابقة وخاصة المالية ، فعلى سبيل المثال إذا كانت فترة غيابه سنة ، تضم هذه الفترة إلى خدمته السابقة .

55-Reinsurance **إعادة التأمين**

يُقصد به قيام شركة التأمين بإعادة التأمين على البوالص التي نظمتها وباعتها للغير لدى شركة تأمين أخرى من أجل تخفيف درجة المخاطرة التي قد تتعرض لها مستقبلاً .

56-Relationship Marketing **التسويق بالعلاقات**

توجه إستراتيجي تنتهجه المنظمات تركز فيه على الإحتفاظ بالزبائن الحاليين وتطوير علاقة شخصية معهم، بدلاً من التركيز فقط على جذب زبائن جدد وبشكل مستمر . يفهم من ذلك أن هذا النوع من التسويق يسعى لجذب الزبائن والإحتفاظ بهم ولمدة طويلة من الزمن ، عن طريق إقامة إتصال وعلاقة شخصية حميمية معهم . وهذا يتطلب وضع سياسات وإجراءات لتحقيق هذه الغاية ، وإعداد برامج تدريب مستمرة للعاملين من أجل الإحتفاظ بالزبون من خلال حسن التعامل معه ، وحل مشاكله ، وإقامة علاقة شخصية طيبة معه وتتكون منهجية التسويق بالعلاقات من الأركان التالية :

- تجزئة السوق الكلية .
- إختيار السوق المستهدفة .
- جذب الزبائن المستهدفين المربحين .
- إشباع حاجات هؤلاء الزبائن .

- الإحتفاظ بالزبائن عن طريق دعم وتعزيز الرابطة معهم وتحقيق ولائهم .

57-Relaxation Response — إستجابة الإسترخاء

هي إحدى السبل التي يمكن أن يستخدمها الفرد في مكان العمل عندما يشعر بضغوطه ، فقد وضح الأستاذ "هربرت بينسون Herbert Penson " في كلية الطب في جامعة "هارفارد Harvard" في الولايات المتحدة الأمريكية أنه يمكن للعاملين في المنظمة وبشكل خاص المديرون التنفيذيون إستخدام هذه الطريقة أو الوسيلة لتخفيف ضغط العمل الذي يحسون به ، فهذه الطريقة هي تكييف الفرد لحالته الذهنية مع حالته الفسيولوجية (الجسدية) لفترة من الزمن قد تكون (10) دقائق أكثر أو أقل ، فبإمكانه إغلاق باب مكتبه ولا يدع أحداً يدخل إليه ولايرد على الهاتف (أو أن يخرج من مكتبه) ويريح عضلاته (فك ربطة العنق ، رفع الرجلين ، خلع السترة ، يغمض عينيه) ولا يفكر بالعمل ، بل يفكر في أمور سارة تخصه، فهذا الإسترخاء يكون قد فصل ذهنه عن واقعه وأراح جسده لفترة من الزمن ، وخفف من شعوره بضغط العمل .

58-Reliability Criterion — معيار المصداقية أو الثقة

ويسميه بعضهم بمقياس الثبات، ويستخدم كأداة للحكم على مصداقية النتائج التي يتم التوصل إليها نتيجة عمل معين كبحث مثلاً أو عملية تقييم وإختبار شيء ...الخ . ويتم الحكم على المصداقية من خلال ما يلي : إذا أعيد العمل أو الإختبار أو التقييم أكثر من مرة يجب أن تكون النتيجة ذاتها تقريباً ، لكن بشرط أن تكون الإعادة بنفس الظروف .

59-Relocation Benefit — تعويض تغير مكان الإقامة كميزة وظيفية إضافية

مبلغ من المال تدفعه المنظمة للعاملين الذين تستدعي طبيعة عملهم فيها ترك مكان إقامتهم الحالي والإقامة في مكان آخر ويُدفع لمرة واحدة فقط ، وذلك لتغطية تكاليف: السفر ، وشراء أثاث جديد ، أو تكاليف شحن ونقل الأثاث القديم...الخ . ويعتبر هذا التعويض ميزة وظيفية إضافية زيادة على الراتب أو الأجر وأداة لإستقطاب الموارد البشرية .

60-Reminder Advertising — الإعلان التذكيري

يستخدم هذا الإعلان لتذكير المستهلك أو الزبون بالسلعة أو الخدمة التي سبق الإعلان عنها ، لجعلها وباستمرار في ذاكرته ويعمل على شرائها عندما يحتاج إليها . وتكون فترة هذا الإعلان الزمنية عادة قصيرة ، ولا يمكن إستخدامه إلا وأن يسبقه أو يمهد له بإعلان إخباري وإعلان إقناعي .

61-Re-Ordering Level of Purchasing — مستوى إعادة أمر الشراء

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Re-Ordering Point of Purchasing

نقطة إعادة أمر الشراء

62-Re-Organizing of Assembly Line — إعادة تنظيم خط الإنتاج

مدخل حديث في مجال تصميم العمل في المنظمات الصناعية ، إستدعته إستراتيجية هذه المنظمات الخاصة بتنويع منتجاهّا لمواجهة ظروف مناسبة . ويقوم هذا المدخل على الأسس التالية :

- توسيع نطاق تخصص الآلات والتجهيزات ، ليكون بإمكانها أداء عدة أعمال مصنعية .
- توسيع نطاق تخصص العاملين ، بحيث يكون بإمكان الفرد أداء أعمال (مهام) متنوعة .
- الإعتماد على تكنولوجيا عالية المستوى (آلات ذاتية الحركة) .
- إستخدام موارد بشرية متعددة المهارات .
- إلغاء الأعمال المباشرة (أعمال التحضير بالإعتماد على التكنولوجيا) .
- إعادة توزيع الآلات والعمال وفق متطلبات ومراحل الإنتاج .
- توفير المرونة في أداء وممارسة الأعمال .
- تبني أسلوب فرق العمل .

63-Repayment of Loan — سداد القرض

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح :

Redemption of Loan

سداد (إسترداد) القرض

64-Replacement Chart — خريطة الإحلالات الإدارية

قائمة توضح الوظائف الإدارية ومسمياهّا في مختلف المستويات الإدارية وأسماء شاغليها الحاليين ، وإحتمالات تركهم العمل في المنظمة لأي سبب كان (تقاعد – إستقالة) . في ضوء هذه الإحتمالات وتواريخها المتوقعة وخاصة التقاعد ، يمكن معرفة الوظائف التي سوف تصبح شاغرة مستقبلاً في كل مستوى إداري ، ومتطلبات شغل كل منها ، مما يساعد على ملء هذه الوظائف الشاغرة من المستويات الإدارية الأدنى عن طريق الترقية الوظيفية ، وذلك كعملية إحلال إداريين جدد بدلاً من الذين تركوا العمل أو رقوا إلى مستوى إداري أعلى .

65-Replication Strategy — إستراتيجية الترخيص أو الإمتياز (التقليد)

المعنى الحرفي لهذا المصطلح هو النسخ الحرفي لتجربة الآخرين الناجحة ، وهذا يعني بلغة الأعمال ، قيام مستثمر أو مجموعة مستثمرين بالإتفاق مع شركة تنتج سلعة (أو خدمة) متميزة وعليها طلب في السوق ، للحصول على تصريح أو ترخيص منها لإنتاج ذات سلعتها ، وبنفس المواصفات والجودة ، وبإستخدام مثل آلاهّا وتجهيزاهّا ، لكن في مكان جغرافي آخر ، لقاء مبلغ من المال يتفق عليه من قبل الجانبين يدعى

بحق الإمتياز أوالترخيص . وتتبع هذه الإستراتيجية عند تأسيس المشروعات وخاصة الصغيرة والمتوسطة منها ولأسباب عدة منها :

- عدم البدء من الصفر وتوفير الجهود والأموال المستثمرة .
- ضعف الإمكانات والقدرة على المنافسة .
- تقليل درجة المخاطرة .

66-Response by Fight — إستجابة بوساطة العراك

يقصد بالعراك هنا ، أن يواجه الفرد المشكلة أو الموقف ، وأن يعمل على إيجاد حل لها ، بدلاً من الهروب منها أو تأجيل البت فيها لوقت آخر .

67-Response by Flight — الإستجابة بالهروب

هناك فئة من الناس (مديريون ، رؤساء ، موظفون ...الخ) يحاولون قدر المستطاع عدم مواجهة المشاكل التي تصادفهم ، ولديهم شبه قناعة بأن الهروب من المشكلة هي الإستجابة الأفضل للمشكلة من وجهة نظرهم ، على أساس أن الزمن كفيل بحلها .

68-Responsibility — المسؤولية

مصطلح قانوني متعلق بمسألة تنظيم السلطة في المنظمات ، ويعني إلتزام الفرد بتنفيذ الواجبات المحددة له في وصف وظيفته أو التي تعهد إليه من سلطة أعلى بغض النظر عن رغباته الخاصة ، كما أنها تعتبر نتيجة طبيعية للسلطة . فعندما يفوض شخص ما بسلطة محددة للقيام بأداء عمل أو مهمة معينة ، فهذا يعني أنه مسؤول عنها أمام من فوضه السلطة أي مسؤول عن النجاح والفشل في تنفيذها ، وهنا تبرز مسألة المحاسبة أو المسالة التي يتحملها الشخص عند إخفاقه في أداء المهمة وممارسة السلطة التي فوضت له . إذاً يمكن القول أن المسؤولية علاقة تربط الرؤساء بالمرؤوسين في كافة المستويات الإدارية داخل المنظمة ، فالمستوى الأدنى يكون مسؤولاً أمام المستوى الأعلى وهكذا .

69-Responsibility Budget — موازنة المسؤولية

تعتبر هذه الموازنة إحدى أدوات الرقابة المالية ، حيث تشير أرقامها إلى مستوى الأداء المستهدف من الوحدات ، لمقارنته بمستوى الأداء المحقق أو المنجز .

70- Responsibility Autonomy Strategy — إستراتيجية مسؤولية إستقلالية العمل الذاتية

إستراتيجيه إعتمد عليها مدخل إغناء العمل في مجال تصميم الأعمال ، وهدف إلى تحميل العنصر البشري في العمل (العاملين) مسؤولية الرقابة الذاتية التي أطلق بعضهم عليها مصطلح Discipline Self ، فقد أعطى مدخل إغناء العمل لشاغلي الوظائف من خلال هذه المسؤولية حرية التصرف في العمل ، حيث

أصبح بإمكان الأفراد أن يمارسوا مهامهم بحرية ومرونة ، وأفسح المجال لهم بأن يقرروا إجراءات العمل التي يحتاجونها والتي تخصهم من أجل تنفيذ أعمالهم . لقد إنتزعت هذه الإستراتيجية جزءاً من سلطة المشرفين المباشرين وأعطتها لمرؤوسيهم من أجل تحقيق الرقابة والمسؤولية الذاتية ، التي هي نتاج لإستقلالية العمل .

71-Repression — الكبت

يمثل الكبت أحد أنواع السلوك الإنساني الدفاعي ، الذي يلجأ إليه الإنسان عندما يخفق في تحقيق حاجة أو أكثر لديه . ويتصف هذا السلوك بأنه سلوك لا شعوري ، حيث يقوم الإنسان بتخزين فشله في عقله الباطني ، ومع إستمرارية الفشل والكبت سيؤدي ذلك في غالبية الأحيان إلى حدوث عقد وأمراض نفسية لديه ، وعندما يجد الفرد الفرصة سانحة للتنفيس عنها ، نرى بأن سلوكه غير طبيعي أو غير سليم .

72-Repressive Inflation — التضخم المكبوت

يحدث هذا التضخم في ظل سياسة الحكومة لتثبيت وفرض أسعار محددة للسلع ، مما يؤدي إلى ثبات سعرها ظاهرياً ، وإرتفاعه فعلياً من خلال ظهور السوق السوداء ، الذي يصاحبه عدم توفر (العرض) المنتجات في السوق بشكل يتناسب مع حجم الطلب عليها .

73-Reprimand — اللوم

ويسميه بعضهم بالتأنيب الرسمي وهو أحد العقوبات الخفيفة التي تشتمل عليها الأنظمة التأديبية في المنظمات ، ويحدث عند مخالفة أحد العاملين إحدى قواعد العمل لكن ليس بشكل جسيم . واللوم إما أن يكون شفهياً أو كتابياً ويحفظ في ملف خدمة المخالف .

74-Repurchasing Agreements of Financial Papers — إتفاقات إعادة شراء الأوراق المالية

يشير مضمون هذه الإتفاقات إلى قيام طرف يملك أوراقاً مالية ببيعها لطرف آخر ، على أن يتعهد البائع للشاري بإعادة شرائها منه بعد فترة زمنية محددة وبسعر متفق عليه بينهما . تستخدم هذه الإتفاقات كمصدر تمويل مالي قصير الأجل لسداد حاجة مؤقتة تُعد بالأيام .

75-Reputation of Brand — سمعة العلامة (الماركة) التجارية

هي القيمة المعنوية التي يكونها المستهلك عن منتج معين (سلعة/خدمة) التي إما أن تكون إيجابية أو سلبية . وتتشكل هذه القيمة عادة من خلال إستخدامه للمنتج وتقييمه لمزاياه ومساوئه ، أو من خلال تقييم الآخرين للمنتج (أفراد العائلة ، الأصدقاء ...الخ) بعد إستخدامهم له .

76-Resale Price Maintenance — المحافظة على إعادة سعر البيع

إجراء رقابي تقوم به بعض المنظمات الصناعية للرقابة على سعر بيع منتجاها من قبل قنوات البيع أو التوزيع التي إختارها من أجل تسويق هذه المنتجات . ومفاده أها تحدد السعر الذي يتوجب على هذه القنوات الإلتزام به عند بيع منتجاها للمستهلك الأخير ، وأية قناة تبيع بسعر اقل من السعر الذي حددته تفرض عليها عقوبة .

77-Research Population **مجتمع البحث**

يمثل جميع مفردات الظاهرة التي يجري دراستها من أجل الوصول إلى نتائج خاصة بها . فإذا كنا ندرس ظاهرة التدخين في الجامعة مثلا ، إذاً جميع الطلاب والطالبات والعاملين في الجامعة يمثلون مجتمع الدراسة والبحث .

78- Reserve Stock **مخزون إحتياطي**

ويسميه بعضهم بالحد الأدنى للمخزون ، ويمثل الكمية الواجب تخزينها والإحتفاظ بها من كل صنف ولا يقل رصيده عنها ، ويجب عدم المساس بها إلا في حالات الطوارئ التي تهدد بتوقف العمل . وهذا المخزون يختلف من صنف لآخر وذلك حسب عوامل متعددة أهمها معدل الإستهلاك ، والفترة الزمنية اللازمة لإعادة طلب الشراء ثانية ، ومستوى الأسعار ، وسرعة تلف الصنف...الخ . فمثلاً إذا كان معدل الإستهلاك مرتفعاً وفترة إعادة الشراء طويلة ، هذا يدفع لأن يكون إحتياطي الطوارئ أكبر وهكذا . ويتوجب إعادة النظر في كمية المخزون الإحتياطي كل فترة زمنية ، وذلك لأن ظروف شرائه وإستخدامه تتغير بين الحين والأخر .

79-Resident Training **تدريب مُقيم**

يتم هذا التدريب خارج مقر (أبواب) المنظمة ، حيث يجبر المتدربين على الإقامة سوية في ذات مكان التدريب كفندق مثلاً أو إستراحة ، بعيداً عن بيئة عملهم وحياهم الخاصة وعن عائلاهم وأصدقائهم ، والغاية من ذلك إبعادهم عن المؤثرات الخارجية وتفريغهم للتدريب . ويستخدم التدريب المقيم عادة في حالات خاصة تفرضها طبيعة المادة التدريبية ، كتدريب الحساسية الذي يستخدم لتعديل سلوكيات المتدربين .

80-Resource-Based Strategy Model of (H.R.M) **نموذج إستراتيجية إدارة الموارد البشرية القائم على أساس المورد**

تقوم فكرة هذا النموذج العامة على أساس ما يلي: أن يتم تكوين إستراتيجية المنظمة على ضوء نتائج تحليل البيئة الداخلية والخارجية ، بشكل تسعى إدارة الموارد البشرية الى تحقيق تفاعل هذه الموارد مع البيئة الخارجية . أما الفكرة الأساسية التي يقوم عليها النموذج فمفادها : إن العنصر الأساسي في تحقيق المنظمة

لأهداف إستراتيجيتها هو الموارد البشرية ، لذلك يطلب النموذج أن تولي منظمة الأعمال إهتماماً كبيراً بها، لما لها من دور فاعل وتأثير إيجابي في نجاح إستراتيجيتها وتحقيق الميزة التنافسية في السوق . وقد ركز النموذج كثيراً على مسألة التعلم والتدريب والتنمية واعتبرها إستثماراً ، ووسيلة لإكساب الموارد البشرية المعرفة والخبرة والمهارة والقدرة على التحديث والإبداع بما يتوافق مع متطلبات تحقيق إستراتيجية المنظمة ، التي بنيت أساساً على ضوء علاقة موارد البيئة الداخلية (المنظمة) وما تشتمل عليه من نقاط ضعف وقوة مع البيئة الخارجية وما تشتمل عليه من فرص إستثمارية ومخاطر تهدد المنظمة . وبالتالي ومن هذا المنطلق تقوم إستراتيجية إدارة الموارد البشرية على أساس تمكين العنصر البشري من إستغلال الفرص وتجنب المخاطر، وتدعيم نقاط القوة وتلافي نقاط الضعف بما يخدم إستراتيجية المنظمة .

81-Resourceful Person — شخص واسع الحيلة

صفة تطلق على الإنسان الذي يتصف بدرجة عالية من الذكاء وسعة الأفق والتفكير العميق ، ويمتلك خبرة ومعرفة عالية المستوى ، ولديه قناعة أنه ما من مشكلة إلا ولها حل ، كما يتصف بالقدرة على إبتكار الحلول للمشاكل .

82-Responsive Marketing — التسويق الإستجابي

مفهوم تسويقي يشير إلى القيام بدراسة السوق بوضعه الحالي ، لإختيار حاجة (أو أكثر) معروفة لدى المستهلك ، للعمل على تلبيتها من خلال سلعة (أو خدمة) مناسبة لها . يفهم من ذلك أن حاجات ورغبات المستهلك تكون معروفة بشكل مسبق ولا تحتاج إلى إكتشاف ، فالمطلوب فقط إختيار وتحديد الحاجة التي سيعمل المنتج على تلبيتها وإشباعها .

83-Restrain of Trade — تقييد التجارة

إجراء إقتصادي تُقدم عليه الحكومات ، من خلاله تفرض قيوداً جمركية وغير جمركية على إستيراد السلع من خارج البلد ، من أجل توفير الحماية للإنتاج المحلي .

84-Restricted Prices — الأسعار المقيدة

السعر المقيد هو الذي لا يتحكم به قانون العرض والطلب وآلية السوق وله شكلين :

- إتفاق المنتجين للسلعة في ما بينهم على تحديد سعر منتجهم بشكل لا يبيعوا بأقل منه حماية لأنفسهم .
- تدخل الحكومة بفرض سعر محدد للسلعة ، ويكون ذلك بالنسبة للسلع الأساسية وكوسيلة لوضع حد لإرتفاع الأسعار غير الطبيعي .

85-Restricted Supply Strategy — إستراتيجية العرض المقيد

قيام المنشأة المنتجة للسلعة بتحديد الكمية التي ستعرضها منها في السوق خلال فترة زمنية محددة ، من أجل رفع سعرها . ويمكن إتباع هذه الإستراتيجية في حالة عدم وجود منافسة في السوق ، أي في ظل الإحتكار .

86-Restriction of Production **تقييد الإنتاج (من قبل العمال)**

إتفاق ضمني غير معلن عنه بين جماعات العمل غير الرسمية في المنظمة (وقد يكون أحياناً بالتنسيق مع النقابة) مفاده ، أن ينتجوا قدراً أو كمية (معيار) معينة من الإنتاج وعدم تجاوزه . ويعود السبب في ذلك، لقناعتهم بأن زيادة الإنتاج ستجعل رب العمل يدرك بأن لديه فائض في العمالة ، وبالتالي سيدفعه ذلك لتسريح بعض منهم . بناءً عليه يعتبر تقييد الإنتاج من وجهة نظر العاملين ، وسيلة للمحافظة على وظائفهم .

87-Restructuring of Human Resource **إعادة هيكلة المورد البشري**

يقصد بإعادة الهيكلة هنا تغيير نوعية قوة العمل الحالية في المنظمة ، عن طريق الإستغناء عن القوى العاملة غير الماهرة والنصف ماهرة ، بقوى عاملة ماهرة ومتعددة المهارات ، أو إدخال آلات حديثة ذاتية الأداء بدلاً من أداء البشر، مما يحدث فائضاً في قوة العمل يتوجب أن يتم الإستغناء عنه .

88-Results Oriented Government **حكومة مدارة بالنتائج**

نمط إدارة حكومية (إدارة عامة) لا يأخذ بالشكلية للحكم على الأداء ، والكفاءة ، والإنجاز، فالكفؤ (سواء أكان وزيراً أو مديراً أو جهازاً ...الخ) ليس ممن يطبق ويتقيد بالقوانين والأنظمة واللوائح ، بل هو الذي يحقق قيمة مضافة جيدة . لذلك تعمل على توعية الأجهزة الحكومية والعاملين فيها بأن النتائج هي أساس تقييم الأداء ، وتعمل على تبني التعلم والتدريب المستمرين لجميع العاملين في الحكومة ، وتبني مبدأ ديمقراطية الإدارة .

89-Results –Oriented Management **الإدارة المتوجهة للنتائج**

نمط حديث في الإدارة يركز في تقييم العمل والأداء على ما يتحقق فيهما من إنجازات ، وبالتالي فهو يتوجه الى إشراك العاملين في صنع القرار ورسم خطة العمل ، ويعمل على تفجير طاقاتهم وإمكاناتهم وتنميتهم من أجل تحقيق أهداف العمل التي ساهموا في وضعها ، حيث تعبر هذه الأهداف عن معايير الأداء المطلوبة . وتؤكد هذه الإدارة على أن تحقيق الأهداف المطلوبة يمثل الحد الأدنى المطلوب إنجازه ، حيث تطلب تجاوزها من أجل تحقيق التميز . وللوصول إلى ذلك تسعى إلى تفعيل وتأهيل مسألة التنمية المستمرة وبشكل خاص الذاتية لدى جميع من يعمل في المنظمة وبشكل مستمر .

90-Resumé **السيرة الذاتية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Bio-Data and Information

91-Retail Outlet — سوق تجزئة

مكان يحتوي على متاجر تقوم ببيع المنتجات العامة الناس كمستهلكين نهائيين لهذه المنتجات،كالملبوسات، والمواد الغذائية ، والتجميلية...الخ .

92-Retail Price — سعر التجزئة

هو السعر الذي يبيع به تاجر التجزئة البضاعة التي إشتراها من تاجر الجملة إلى المستهلك الأخير، ويكون هذا السعر عادة أعلى من السعر الذي إشترى به البضاعة من تاجر الجملة ، فالفرق يغطي تكلفة تاجر التجزئة ويحقق له هامش ربح معين .

93-Retail Selling — البيع بالتجزئة

ويسميه بعضهم البيع بالمفرق أي بكميات صغيرة ومحدودة ، وهو يمثل إحدى قنوات التسويق أو منافذ التوزيع والبيع . ويعد تجار التجزئة الذين يمارسون هذا النوع من البيع ، حلقة الوصل ما بين تجار الجملة والمستهلك الأخير ، حيث يشترون منهم بكميات كبيرة ليعيدوا بيعها للمستهلك بكميات صغيرة ، وبهامش ربح إضافي عن السعر الذي إشتروا به السلعة من تاجر الجملة .

94-Retail Trade — تجارة التجزئة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Retail Merchandising

95-Retained Earnings — أرباح محتجزة

نسبة محددة من أرباح الشركة المساهمة (أو أي نوع آخر من الشركات) تقرر عدم توزيعها على المساهمين في نهاية السنة المالية . والهدف من إحتجاز نسبة من الأرباح المحققة هو ، تكوين إحتياطي نقدي لدى الشركة من أجل إعادة إستثماره من جديد في مجالات محددة لتوليد أرباح جديدة . وكذلك لتدعيم مركزها المالي ، مما يؤثر في إرتفاع قيمة سهمها السوقية في السوق المالي ، وجذب مستثمرين جدد .

96-Retaining All Decision-Making — الإحتفاظ (إبقاء) بصنع القرارات

سياسة ينتهجها بعض المديرين في مجال صنع القرار ، فهم مقتنعون بإبقاء سلطة صنع القرارات بيدهم وعدم تفويضها لأحد ، فقد يكون سبب ذلك ضعف الثقة بالآخرين ، أو نقص مهارتهم ، أو حب التسلط والنفوذ أو أي سبب أخر . يفهم من ذلك بأن هذه السياسة هي تجسيد لمركزية صنع القرارات .

97-Retention Ratio **نسبة الأرباح المحتجزة**

هي إحدى النسب المالية التي تعبر عن مقدار الأرباح التي تم إعادة استثمارها بدلاً عن توزيعها على حملة الأسهم أو الملاك ، وتحسب هذه النسبة عن طريق مايلي :

(الربح الصافي – توزيعات الأرباح)

الربح الصافي

98-Retirement Age Reduction Policy **سياسة تخفيض سن الإحالة على التقاعد**

تتبع هذه السياسة من قبل المنظمات التي تعاني من وجود فائض في حجم قوة العمل فيها ، كوسيلة للتخلص من هذا الفائض وتخفيض تكلفة العمل لديها ، فبدلاً من أن يكون سن الإحالة على التقاعد /60/ سنة تجعله /55/ سنة مثلاً . وتلجأ بعض المنظمات لهذه السياسة ليس فقط من أجل تخفيض تكلفة العمل ، بل أيضاً لرفدها بمهارات جديدة وشابة تحمل معها أفكاراً جديدة ، أي رفدها بدماء جديدة .

99-Retirement Income **الدخل التقاعدي**

يعد أحد المزايا الوظيفية التي تقدمها المنظمات للعاملين لديها، ويقصد به جملة العوائد التقاعدية المالية التي يحصلوا عليها بعد إحالتهم على التقاعد ، ويتكون عادة مما يلي :

- راتب شهري تقاعدي أو مكافأة مالية إجمالية تدعى بمكافأة نهاية الخدمة .
- يضاف إليه ما أسهمت به المنظمة من أقساط لصندوق التقاعد أوالضمان الإجتماعي .
- عوائد إستثمار مدخرات التقاعد التي يدفعها العاملون والمنظمة لصندوق التقاعد أو الضمان الإجتماعي .

100-Retraction of Authority **إسترجاع السلطة**

ويسميها بعضهم بسحب السلطة ومعناه ، قيام الرئيس أو المدير باستعادة سلطته التي فوضها للغير (مرؤوس) فهذا السحب أو الإسترجاع من حقه ، لأن منبع السلطة لديه ، وهو صاحب السلطة في الأصل .

101-Retrenchment Strategy **إستراتيجية الإنكماش**

تتعامل هذه الإستراتيجية مع أوضاع سلبية تهدد إستمرارية المنظمة بوضعها الراهن ، مثل عدم القدرة على المنافسة ، الركود الإقتصادي ، عدم توفر موارد مالية كافية لتجديد تقنية العمل لديها...الخ . إذ تدرك بأن هذا الإستمرار سوف يحقق لها خسائر متتالية يهدد بقاءها ، لذلك تعمد إلى تقليص نشاطها الحالي سعياً منها لتدارك الأمور والوصول إلى وضع يمكنها من الإستمرار بنشاطها . وتلجأ هذه الإستراتيجية من أجل تحقيق هذه الغاية إلى تقليص حجم الإنفاق لديها ، كوقف عمليات تعيين عاملين

جديدة ، تسريح عمال ، تقليص حملات الترويج . وبعد الوصول إلى حالة الإستقرار بالوضع الجديد تسعى المنظمة إلى الإستمرار به لفترة زمنية معينة .

102-Return of Investment **العائد على الإستثمار**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Rate of Return

معدل العائد على الإستثمار

103-Return on Equity **العائد على الملكية**

هو أحد نسب التحليل المالي التي توضح فاعلية نشاط المنشأة الإستثماري ويقاس عن طريق :

الربح الصافي ، ولا توجد نسبة معيارية لكن كلما زاد البسط على المقام كان الوضع أفضل .

حقوق المالكين

104-Returned Check **شيك مرتجع**

هو الشيك الذي يعيده المصرف المسحوب عليه إلى صاحبه دون دفع مبلغه لسبب معين كعدم وضوح الإسم ، أو التاريخ ، أو وجود كشط عليه أو لأي سبب آخر .

105-Revenue **إيراد**

العائد المالي الذي تحصل عليه المنظمة من وراء بيعها لسلعتها للمنظمات الصناعية أوخدمتها في المنظمات الخدمية .

106-Revision of Portfolio **تنقيح المحفظة الإستثمارية**

يقصد بالتنقيح هنا إعادة النظر بتشكيلة الأوراق المالية التي تشتمل عليها المحفظة الإستثمارية وذلك كل فترة زمنية . فمع مرور الزمن وإختلاف ظروف السوق المالي والإستثمار فيه ، يحدث بأن أوراقاً مالية يرتفع أسعارها وأوراقاً أخرى ينخفض . لذلك يتوجب على المستثمر أن يتخلص من الأوراق التي تنخفض أسعارها والتي لا أمل في إرتفاعها ، أو التي من المتوقع إنخفاض سعرها ، وأن يشتري الأوراق التي أسعارها في حالة صعود مستمر أو التي توقع إرتفاعها .

107-Revolving Credit **الإعتماد المتجدد**

ويسميه بعضهم بالإعتماد الدائري ، وهو الذي يتجدد تلقائياً إما بالنسبة للمدة أو بالنسبة للمبلغ .

108-Revitalization of Work **إعادة إحياء العمل**

وسائل لجأت المنظمات الأمريكية الى إستخدامها من أجل إحياء وتحسين معنويات العاملين لديها ، بعد أن عمدت إلى تخفيض تكاليفها عن طريق تقليص مكافآت وعلاوات العاملين الى أدنى حد ممكن ، بسبب

المنافسة العالمية والكساد التجاري . وهذه الوسائل ذات نفع لكلا الطرفين للمنظمات وللعاملين فيها ومثال عنها : تقديم إجازات علمية للبحث والدراسة وتطوير المعارف، برامج تدريب وتنمية ، دفع تعويضات لكل فرد يتقن مهارة جديدة تفيد عمل المنظمة ...الخ .

109-Reward and Punishment Theory — نظرية المكافأة والعقاب

هي إحدى نظريات الحفز الإنساني التقليدية التي تؤكد على ضرورة وجود نوعين من الحوافز : الأول إيجابي (المكافآت) مادي لمكافأة الأشخاص الجيدين ، وسلبي (عقوبات) لمعاقبة الأشخاص غير الجيدين ، فمن خلال هذين النوعين من الحوافز ، يمكن تقوية وتعزيز الأداء والسلوك الإيجابيين ، ومنع حدوث أو تكرار حدوث الأداء والسلوك السلبيين ، ويسميها بعضهم بنظرية العصا والجزرة .

110-Reward Systems of Employees — أنظمة تعويض ومكافأة العاملين

نشاط أساسي من أنشطة إدارة الموارد البشرية الذي يتكون من مجموعة أنشطة فرعية التي يجري من خلالها تصميم وإدارة مجموعة من الأنظمة ، التي من خلالها أو في ضوء نتائجها يتم تعويض ومكافأة الموارد البشرية التي تعمل في المنظمة . وتتكون هذه الأنشطة (الأنظمة) مما يلي :

- تقييم الوظائف الذي تتحدد في ضوء نتائجه أهمية الوظائف التي على أساسها تتحدد الرواتب والأجور التي تدعى بالتعويض المباشر .
- قياس وتقييم الأداء ، الذي في ضوء نتائجه يتحدد من هو الكفؤ الذي يستحق حوافز مالية .
- المزايا والمنح الوظيفية الإضافية التي تدفعها المنظمة لجميع العاملين لديها ويطلق عليها التعويض غير المباشر .

111-Rightsizing of Manpower — تحديد حجم القوى العاملة بشكل صحيح

إعادة تخطيط الموارد البشرية (قوة العمل) في المنظمة من جديد ، بشكل يتوازن فيه عبء العمل الحالي والمستقبلي مع إمكانات هذه الموارد حالياً ومستقبلياً ، وبحيث لا يكون لديها فائض في اليد العاملة ، ولا يكون هناك وحدات إدارية لديها فائض منها وفي الوقت نفسه وحدات أخرى لديها نقص . إذاً تسعى هذه السياسة للتخلص من القوى العاملة الزائدة عن الحاجة لأي سبب كان كإتباع المنظمة إستراتيجية الإنكماش ، أو تغيير التكنولوجيا المستخدمة بأخرى حديثة تعتمد على الأداء الآلي وليس البشري...الخ .

112-Risk Management — إدارة المخاطر

منهجية منظمة ومستمرة في كافة مراحل دورة حياة المنظمة ، تهدف إلى التعرف على ما يجري وما سيجري من أحداث في بيئتها الداخلية والخارجية ، من خلال عملية تنبؤ مستمرة لاستقراء أحداث المستقبل ، ومعرفة التهديدات ، ودراستها ، وتحليلها ، وتحديد آثارها للإستعداد لمواجهتها ، عن طريق وضع الخطط اللازمة .

113-Risk Tolerance Degree درجة تحمل المخاطرة

تمثل الحد الأقصى أو المدى الذي ضمنه يتحمل المستثمر أو صانع القرار المخاطرة المصاحبة للبديل الذي سيختاره . وبالتالي فإذا كان معيار المفاضلة المستخدم بين البدائل هو المخاطرة وكانت الدرجة المسموح بها 15% مثلاً ، إذاً يُستبعد كل بديل تصاحبه درجة مخاطرة متوقعة تتجاوز الـ 15% المسموح بها في عملية المفاضلة ، وبالطبع سيقع الإختيار (بعد عملية الإستبعاد) على البديل الأقل خطورة من ضمن البدائل التي لم تتجاوز الحد 15% .

114-Role الدور

الدور من الناحية التنظيمية هو مجموعة المهام المكلف بها الفرد (أوالوحدة التنظيمية) والمسؤوليات المترتبة عليه (أو عليها) بسبب هذه المهام ، والصلاحيات المعطاة لهما من أجل ممارسة المهام وتحمل المسؤوليات . يتضح من ذلك أن لكل وحدة تنظيمية في المنظمة دور يحدده ما يسمى بالوصف التنظيمي ، ولكل فرد يعمل في المنظمة دور أيضاً يستمده من الوظيفة التي يشغلها ويحدده وصف الوظائف ، وبالتالي يمكن القول أن الدور يمثل ما يتوقعه الآخرون من الوحدة التنظيمية أو من الفرد إنجازه .

115-Role Ambiguity غموض الدور

عدم فهم الموظف لمضمون عمله ، وما الذي يتوجب عليه القيام به ، وما الذي سوف يتحمل مسؤوليته، وما الذي يتوجب عليه إنجازه ، وما هي صلاحياته ، وما هي حدودها . وينتج غموض الدور عادة من عدم وجود تحليل وتوصيف للعمل أو عدم وضوحه ، فهذا الأمر يؤدي إلى شعور الفرد بأنه يعمل في ظل ظروف عدم التأكد ولا يعرف ما يراد منه .

116-Role Conflict صراع الدور

الدور هو مجموع المهام والمسؤوليات والصلاحيات التي يكلف بها شاغل الوظيفة ، وبالتالي يحدث الصراع عندما يؤدي مهاماً متعارض جزء منها مع الآخر . ولا يقتصر الصراع على الدور الذاتي لشاغل الوظيفة ، بل قد يحدث مع دور زميل آخر ، أو يكون معرضاً لتوقعات مطلوبة منه من جهات متعددة ، فلا يستطيع الإستجابة لها جميعها بسبب تعارض هذه التوقعات .

117-Role Playing Method أسلوب لعب الدور

ويسميه بعضهم بأسلوب تمثيل أو تقمص الدور ، وهو أحد أساليب التدريب الذي بموجبه يُطلب من المتدرب أن يمثل شخصية موظف يؤدي عملاً معيناً في موقف تمثيلي محدد ، حيث من خلال تقمصه لدور الشخصية ، يبرز آراءه وإتجاهاته حيال الدور الذي يمثله وهو موضوع النقاش والتدريب ، كأن يطلب من المتدرب أن يمثل دور مندوب أو رجل مبيعات أو علاقات عامة ، حيث تتم مناقشة ما مثله المتدرب مع

المتدربين ، وبيان الأخطاء التي وقع فيها خلال تمثيل الدور ، وكيف يمكن علاجها ، وما هـــو التصـــرف السليم ، ليستفيد جميع المتدربين منه .

118-Rolling Budget **الموازنة الدوارة (المستمرة)**

تقوم هذه الموازنة على فكرة يمكن تلخيصها بما يلي : في سبيل تكييف الموازنة مع الظروف المتغيرة تعد خطة تجريبية سنوية ، يتضمن الربع الأول منها التفاصيل الشهرية ، أما الربع الثاني والثالث فتكون التفاصيل أقل ، أما الربع الأخير فيكون في صورة مسودة إجمالية . وكل شهر أو كل ربع سنة ، يمكن إعادة النظر في الموازنة بإضافة التفاصيل المطلوبة للفترة التالية (شهر أو ربع سنة) لإزالة الغموض المحيط بالشهور الباقية ، ثم يضاف شهر أو ربع جديد بعد ذلك ، وبهذا الأسلوب يستمر إمتداد الخطة والموازنة لمدة سنة قادمة كاملة .

119-Rolling Plan **الخطة الدائمة أو الدوارة**

ويسميها بعضهم بالخطة المستمرة التي لا تنتهي ، حيث تحتفظ بمداها الزمني باقياً غير منقوص طوال حياة المنظمة أو النشاط . فمثلاً بالنسبة للخطة الخمسية يمكن أن يتم ذلك بإضافة سنة جديدة للخطة كلما تقدم تنفيذها للأمام سنة من عمرها ، فبهذه الطريقة تبقى الخطة دائماً خمسية كلما تقدمت إلى الأمام سنة .

120-Round off **التقريب**

ويسميه بعضهم بالتدوير أي حذف الكسر العددي أو العشري من عدد أو رقم لجعله عدداً صـــحيحاً ، من أجل تسهيل قراءة الجداول والبيانات ، والقيام بالعمليات الرياضية أو الحسابية .

121-Route Clerk **موظف روتين العمل**

موظف كتابي يشرف على إنسياب العمل من مرحلة أو خطوة لأخرى وفق أوامر العمل الصادرة ، فهو يراقب هذا الإنسياب ، ويعمل على تحقيقه دون وجود عقبات أو عوائق .

122-Route Salesman **البائع الطواف**

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة المبيعات ، ويشير معناه إلى رجل البيع الذي يقوم بإيصال طلبـــات الزبائن إلى المنازل أو إلى مكان عملهم ...الخ ، مثل بائعو الألبان ، والخبز ، وغيرهم ، وبالتالي تعتبر مسألة إيصال السلعة للزبون في الوقت المحدد ، مسألة ذات أهمية كبيرة ، ويعتبر ذلك معياراً أساســياً في تقيــيم مستوى أدائهم .

123-Route-Slip of Process **مسار (روتين) العملية**

هو المراحل أو الخطوات التي يمر من خلالها تنفيذ عمل أو إجراء معين من نقطة البداية وحتى النهاية مـــن حيث : المكان ، والتتابع ، والأشخاص ، والتجهيزات المادية .

124-Routine **خط سير العمل**

يقصد به الطريق الذي يسلكه تنفيذ العمل (إجراء أو عملية) الكتابي أو المصنعي...الخ من بدايته وحتى نهايته ، وبالتالي فهو يوضح الخطوات أو المراحل التفصيلية التي يمر بها إنجاز وحدة العمل الواحدة كاملة ، وأين تؤدى ، ومن يؤديها ، والزمن اللازم لتأديتها ، وتسلسلها ، والتجهيزات المادية المستخدمة في أدائها وهذه المراحل أو الخطوات تتصف بالتكرار .

125-Routine Decisions **قرارات روتينية**

هي القرارات التي يتكرر صنعها بإستمرار دون تغيير ، كقرار صرف الرواتب والأجور مثلاً ، حيث يتكرر صنع هذا القرار شهرياً وبشكل دوري مستمر .

126-Routine Goals **الأهداف الروتينية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Normal Expectation of Position

127-Routine White Collar Employees **العاملون أصحاب الياقة البيضاء**

ويقصد بهم الموظفون الكتبة الذين يلبسون قمصاناً بيضاء ويؤدون أعمالاً مكتبية روتينية متكررة ، وبالتالي فهم لا يعملون في مجال الأعمال الفنية كالصيانة بأنواعها (نجارة، حدادة،...الخ) فموظف الديوان، والسكرتير ، وأمين الصندوق ، والمحاسب...الخ ، جميعهم من أصحاب الياقة البيضاء .

128-Routine Work **عمل روتيني**

هو العمل المتكرر أي الذي يتكرر تنفيذه باستمرار بنفس الأسلوب ، وبنفس الخطوات ، وباستخدام نفس التجهيزات دون تغيير . وبالتالي يتصف هذا النوع من العمل بالرتابة ويصاحب أداءه الملل .

129-Routinization of Carisma **روتينية البطولة**

تنظيم ينشأ بسبب أو نتيجة عدد من الأفراد يلتفون حول زعيم أو قائد (مدير) بطولي مقتنعين بأفكاره ، فرغبة منهم في المحافظة على أفكاره ومعتقداته دون تغيير ، يتحولون إلى نظام أو تنظيم بيروقراطي ، وصاحب هذا المصطلح هو "ماكس فيبر Max Weber " الذي وضع نظرية البيروقراطية في الإدارة .

130- Ruker Plan **خطة ركر**

خطة حوافز تشجيعية قديمة تخص العمال الذين يتقاضون أجورهم بالساعة ، وهي أحد أشكال المشاركة في الأرباح ، بموجبها تقاس الزيادة في الإنتاج شهرياً ، وتحسب الأرباح الناتجة عنها ، ليتم توزيعها بين صاحب العمل والعمال بنسبة محددة بشكل مسبق .

131-Rule Enforcers Employees — الموظفون اللائحيون

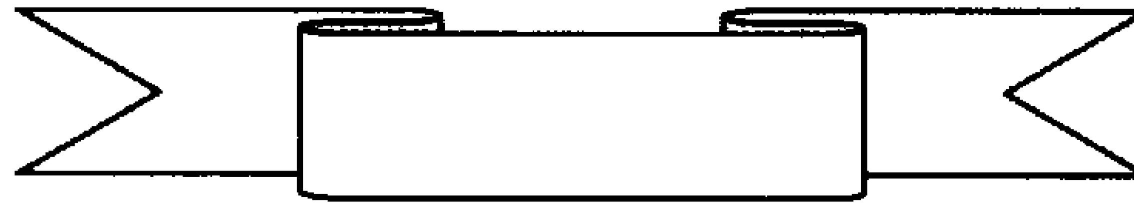
هم أحد أنماط الموظفين في الأجهزة الحكومية البيروقراطية ، الذين يتمسكون دائماً بحرفية النصوص ولوائح (قواعد) العمل ، فلا رأي ولا إجتهاد لهم ، فمرجعهم الأول والأخير هو أنظمة ولوائح العمل ، وإذا كان هناك شك في أية قاعدة من قواعد العمل ، يتوقفون عن التنفيذ لحين ما يأتي تفسير أكيد وواضح ورسمي لهذا الشك من جهة أعلى ، فهم لا يتحملون مسؤولية الإجتهاد الشخصي .

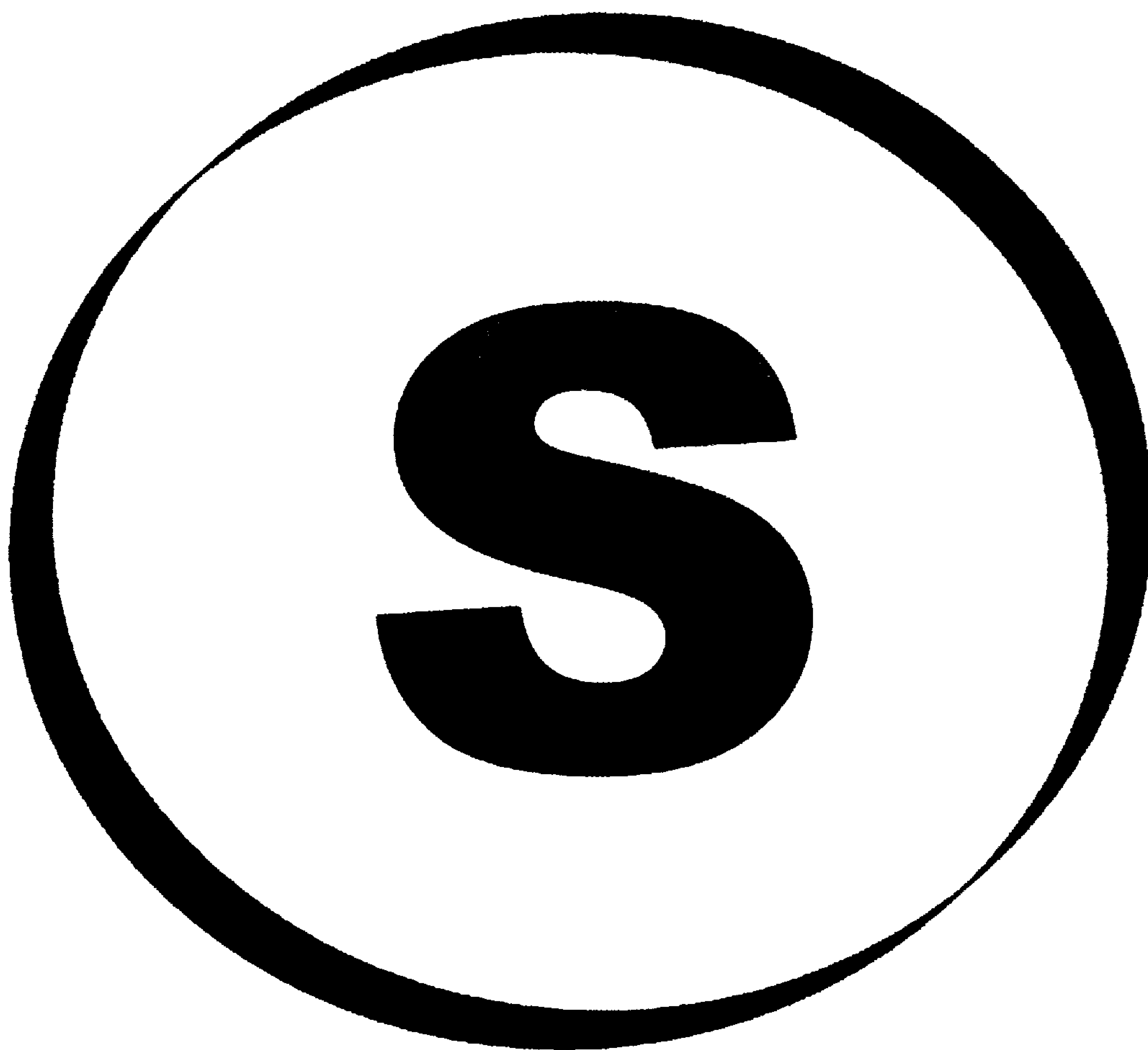
132- Rule-of Thumb — قاعدة التجربة والخطأ

يشير مضمون هذه القاعدة إلى ما يلي : أنه عندما نريد إكتشاف شيء ما ونحكم على مدى صلاحيته في ما إذا كان صحيحاً أو خطأ ، علينا القيام بتجربته لاكتشاف ذلك .

133-Rules Of Work — قواعد العمل

معايير لضبط سلوك العاملين أثناء العمل وداخل المنظمة وتوجيهه الوجهة المطلوبة وهي تحقيق الأهداف ، ومن لا يتقيد بها يعد مخالفاً لها ويستحق أن تفرض بحقه العقوبة المناسبة . وبالتالي فالقواعد هي بمثابة المرشد للسلوك السليم المطلوب أثناء العمل .




S

1-Safety and Health at Work Place — السلامة والصحة في مكان العمل

مصطلح يشير إلى موضوع حساس يتعلق بحماية كافة العاملين في المنظمات وعلى إختلاف فئاهم الوظيفية من مخاطر الأعمال التي يمارسوها في أماكن عملهم ، وذلك من خلال مجموعة من الأعمال والإجراءات الفنية والإدارية ، التي تأخذ شكل برامج متخصصة يجب أن تعدها المنظمات بوجه عام والصناعية منها بوجه خاص ، من أجل السيطرة على الحوادث والإصابات والأمراض الناتجة إما عن طبيعة العمل نفسه كالأبخرة السامة مثلاً ، أو من التجهيزات والأدوات المستخدمة في مكان العمل كالسيور الناقلة والآلات ...الخ . وتتمثل هذه السيطرة بمعرفة مصادر الخطر ونوعها ، ومن ثم توفير السبل والأدوات اللازمة لتلافيها أو التخفيف من مضارها ، بشكل يتوفر للعاملين شروط السلامة في مكان العمل وحماية أجسامهم من الأمراض ، وحوادث وإصابات العمل المحتملة .

2-Safety and Health Rates — معدلات السلامة والصحة

مجموعة من المقاييس التي يمكن من خلالها تقييم الجهود المبذولة في المنظمة من أجل توفير سبل حماية العاملين فيها وعلى إختلاف فئاهم في مكان العمل من أمراض ، وإصابات ، وحوادث ، حيث كلما كانت هذه المعايير منخفضة ، دل ذلك على نجاح هذه الجهود (من خلال إدارة الموارد البشرية) والعكس من ذلك صحيح . وأهم هذه المعدلات ما يلي :

- معدل الحوادث والإصابات والأمراض العام .
- معدل تكرار الحوادث والإصابات والأمراض العام .
- معدل خطورة الحوادث والإصابات والأمراض العام .

3-Safety Hazards at Work Place — مخاطر السلامة في بيئة العمل

جميع الأشياء المستخدمة في مكان العمل (كآلات ، والمعدات ، والأدوات ، وأسلاك كهربائية ...الخ) التي تشكل خطراً على سلامة العاملين أثناء عملهم ، ويمكن أن تسبب لهم الضرر والأذى الفوري ، كصعقات أسلاك الكهرباء ، والجروح بسبب إستخدام المناشر ...الخ .

4-Safety Stock — مخزون الأمان

هو أحد مستويات التخزين الثلاثة ، وأحد أدوات مراقبة المخزون ، ويمثل كمية المخزون من الصنف أو المادة التي لا يجوز إستخدامها إلا في حالات الضرورة القصوى أو الطارئة ، لذلك يسميه بعضهم بإحتياطي الطوارىء ، الذي تختلف كميته من صنف لآخر ومن منظمة لأخرى ، وفق الظروف السوقية المحيطة بعملية شرائه ، وظروف المنظمة المالية وإمكاناتها أو طاقتها التخزينية .

5-Salary — الراتب

هو أحد البنود الأساسية التي يتكون منها التعويض المباشر ، وسمي بهذه التسمية لأن دفعه مرتبط مباشرة بإلتزام الموظف تجاه عمله وسلوكه في المنظمة . ويدفع الراتب على أساس الزمن وبشكل دوري كل شهر عادة ، بغض النظر عن كمية العمل المنجزة من قبله ، وذلك للعاملين في مجال الوظائف المكتبية والإدارية ذات الإنتاجية غير الملموسة ، ويطلق عليهم تسمية الموظفون أصحاب الياقة البيضاء White – Collar .

الزيادة (الدورية) على الراتب **6-Salary Increase**

نسبة مئوية من راتب آخر شهر تضاف في نهاية كل فترة زمنية (سنة أو سنتين) على راتب الموظف إذا أظهرت نتيجة تقييم أدائه خلال الفترة المنصرمة كفاءة ، وهذه النسبة متدرجة إلى مستويات للتمييز بين مستويات كفاءة الموظفين ، فالموظف الأكفأ يتقاضى نسبة أعلى لكن ضمن حدها الأقصى ، مع الإشارة إلى أن بعض المنظمات تطبق نسبة واحدة للجميع . كما تجدر الإشارة إلى أن هذه الزيادة (النسبة) تطبق على العاملين الدائمين الذين يتقاضون رواتبهم وأجورهم شهرياً ، ولا تطبق على العاملين الذين يتقاضون أجورهم بالساعة أو اليوم ، وتعتبر جزءاً من الراتب .

وكلاء بيع **7-Sale Agents**

إحدى قنوات التسويق أو البيع ، وهم منشآت لها إستقلاليتها تقوم ببيع سلعة أو أكثر لحساب المنشآت الصناعية التي تطلب منها ذلك ويتصف عملهم بما يلي :

- تكون السلعة في حوزتهم .
- لديهم أوامر بيع غير محدودة عادة .
- علاقتهم مع المنتج مستمرة .
- يضعون شروط البيع التي يرونها مناسبة .
- يحددون نسبة ربحهم من بيع السلعة بالإتفاق مع المنتج .

البيع ثم الإستئجار ثانية **8-Sale and Lease-Back**

إحدى السياسات التي تستخدمها المنظمات عامة وبشكل خاص الصناعية منها ، بموجبها تقوم المنظمة بالإتفاق مع جهة (مشتري) لشراء بعض تجهيزاتها الرأسمالية أو جزءاً منها ، ثم إستئجارها منها ثانية ، ويكون عقد البيع والإستئجار بنفس التاريخ عادة .

البيع بخيار الرد **9-Sale and Return**

إحدى سياسات البيع التي بموجبها يُسمح للشاري أن يرد ما إشتراه من البائع من بضاعة خلال فترة زمنية محددة ، لكن بعد إنتهاء المدة المتفق عليها بين البائع والمشتري ، لا يسمح الأول بردها . وتتبع هذه السياسة كوسيلة لرفع حجم المبيعات في حالة إنخفاض الطلب عليها ، بسبب الركود الإقتصادي ، أو

المنافسة الشديدة ، أو أي سبب آخر من هذا القبيل .

10-Sale Demonstration **العرض البيعي للسلع**

تتصف العديد من السلع بجاذبية كبيرة تكون ناتجة إما عن لونها ، أو غلافها الخارجي ، أو شكلها بالذات ....الخ . هذه النواحي يمكن إستغلالها في جذب إنتباه المشترين إليها من خلال الرؤية ، فإذا أُحسن عرضها في واجهة المعرض (أو المحل التجاري) أو على الأرفف ، أو في مكان فيه ديكور جذاب ، يكون بإمكانها أن تجذب المشترين لشرائها . يفهم من ذلك أن العرض البيعي وسيلة ترويج تعتمد على الرؤية لا السمع .

11-Sale with Faults **البيع بجميع العيوب**

إحدى سياسات البيع التي يقوم البائع بموجبها بالإتفاق مع الشاري لشراء بضاعة معينة دون فحصها ، أي عليه أن يقبلها على علاقها بمزاياها وعيوبها ، بالطبع يكون السعر في هذه الحالة منخفضاً بشكل ملحوظ مقارنة بالبضاعة التي يسمح البائع بفحصها . نستنتج من ذلك أن المشتري هنا يعرف مسبقاً بأن البضاعة التي يود شراءها فيها عيوب .

12-Sales Cost **تكلفة المبيعات**

كل ما تنفقه المنظمة أو البائع من أموال من أجل بيع السلعة (رواتب ، أجور ، نفقات إدارية ...الخ) وترويجها (إعلان وغيره) والمحافظة عليها .

13-Sales Decline Strategy **إستراتيجية إنحدار المبيعات**

تتبع هذه الإستراتيجية عادة عندما تجد المنظمة بأن مبيعاها من منتجها في حالة تناقص مستمر ، فتقوم بوضع خطة سريعة لوقف هذا الإنحدار أو تبطيأه وتخفيض حدته ، فتقوم مثلاً بتخفيض سعر البيع ، تنفيذ حملة ترويج مكثفة ، وقف التعامل مع أجزاء من السوق الصغيرة لتخفيض تكلفة حملة الترويج فيها ..الخ .

14-Sales Engineers **مهندسو المبيعات**

أشخاص فنيون يساعدون رجال البيع في شرح خصائص السلعة الفنية ، وكيفية إستخدامها للزبائن ، من أجل إتمام صفقة البيع ، ويُستخدم هؤلاء في بيع السلع الميكانيكية والإلكترونية وماشابهها .

15-Sales Forcasting **التنبؤ بالمبيعات**

تقدير حجم المبيعات (أو حجم الطلب المتوقع) على سلعة (أو خدمة) معينة عن فترة زمنية مقبلة محددة. ويتم هذا التقدير في ضوء دراسة إتجاه متغيرات بيئية متعددة أهمها :

- حجم المنافسة الحالية في السوق .
- عدد المنشآت الجديدة المتوقع دخولها السوق في الفترة المقبلة والتي ستنتج نفس السلعة .

- السلع البديلة التي يمكن أن تحل مكان السلعة لدى المستهلك .
- الحالة الإقتصادية (رواج ، إنكماش ، كساد) .
- القوانين الحكومية .
- مستوى دخل الفرد .
- مدى تمتع السلعة بميزة تنافسية .
- سعر السلعة الذي ستطرح به في السوق مقارنة بأسعار المنافسة .

16-Sales Force Management — إدارة قوة البيع

هي محور عمل إدارة المبيعات وتشتمل على المهام التالية :

- إختيار وإستخدام رجال البيع وتحديد مهامهم .
- تدريب رجال البيع .
- تحفيز رجال البيع .
- الإشراف على وتوجيه رجال البيع .
- تقييم أداء رجال البيع .

17-Sales Management — إدارة المبيعات

هي الجهة المسؤولة عن القيام بأعمال التخطيط والتنفيذ والرقابة على برامج البيع الشخصي (رجال البيع) المصمم لإنجاز وتحقيق الأهداف البيعية للمنظمة ، وضمن الإستراتيجية التسويقية العامة للمنظمة ، وبالتالي فنشاط إدارة المبيعات هو جزء من النشاط الكلي لوظيفة التسويق .

18-Sales Opportunities Research — بحوث الفرص البيعية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Marketing Opportunities Research

بحوث الفرص التسويقية

19-Sales Potential — المبيعات المرتقبة (المتوقعة)

تمثل رقم المبيعات التي تتوقع المنظمة بيعه في فترة زمنية مقبلة ، وفق إمكاناتها التسويقية والبيعية والمنافسة في السوق .

20-Sales Promotion — ترويج المبيعات

هو أحد عناصر المزيج التسويقي الذي يسعى المنتج (أو البائع) من خلاله إلى إيصال معلومات عن منتجه أو (سلعته) إلى المستهلك المشتري ، بهدف التأثير في قرار شرائه . ويتم التأثير من خلال الإتصال المباشر (البيع الشخصي) وغير المباشر (الدعاية ، والإعلان ، وتنشيط المبيعات ..الخ) .

21-Sales Representative **مندوب مبيعات**

شخص توظفه أو تستخدمه المنظمة من أجل بيع منتجها ، وتتم عملية البيع عن طريق مندوبي المبيعات عادة ، بالطواف على الزبائن المحتملين في مواقع إقامتهم أو عملهم ، لعرض السلعة أو الخدمة عليهم وإقناعهم بشرائها ، بعد شرحهم لهم مزايا المنتج وكل ما يتعلق به من أمور .

22-Sales Returns **مردودات مبيعات**

هي جزء من المبيعات التي قام المشترون بردها للبائع بسبب كونها غير مطابقة للمواصفات أو الجودة المتفق عليها بين البائع والمشتري ، أو وجود عطل أو عيب فيها ، حيث يكون البائع ملزماً برد قيمتها للمشتري .

23-Sample **عينة**

جزء يمثل مجتمع البحث الذي يسمى بالمجتمع الإحصائي للدراسة ، بحيث يتم دراسة ظاهرة أو مسألة ما على هذا الجزء للوصول إلى نتائج محددة تعمم على هذا المجتمع ، أي أن هذه النتائج تسري على جميع مفرداته . وللعينة أنواع منها : العينة العشوائية ، العينة الطبقية ، العينة المتحيزة ، العينة المنتظمة ، العينة العنقودية ....الخ .

24-Samples Fair **معرض عينات**

ويسميه بعضهم بمعرض النماذج ، وهو مكان لعرض السلع دون الشراء ، حيث تعرض فيه نماذج السلع المعروضة للبيع ، لتعريف المستهلك بها وبمواصفاتها وسعرها ...الخ . وتُعرض في هذه المعارض عادة السلع المعمرة كالسيارات ، والحاسبات ، والآلات ...الخ . وتجدر الإشارة إلى أن عملية البيع وإجراءاته لا تتم في هذا المعرض بل في مكان آخر ، فهو مجرد عرض للسلع فقط كما تمت الإشارة إليه آنفاً .

25-Sanction of Decision **تصديق القرار**

إعتماد القرار أو الموافقة عليه من الجهة صاحبة السلطة في ذلك ، حيث بعد التصديق يصبح القرار نافذاً ويتوجب تنفيذه .

26-Sanitary Certificate of Goods **شهادة صحية خاصة بالبضاعة**

وثيقة رسمية تصدر عن السلطة الصحية المختصة تثبت خلو البضاعة من الآفات ، وتوفرالشروط الصحية المحددة مسبقاً فيها ، وتُطلب هذه الشهادة عادة في الإعتمادات المستندية الخاصة بإستيراد المواد الغذائية بشكل خاص .

27-Satisfaction of Subordinates Needs Theory **نظرية إشباع حاجات المرؤوسين**

هي إحدى نظريات القيادة الإدارية التي وضعها المفكر " تشستر بارنـــارد Chestar Bernard " أحـــد أعمدة النظرية السلوكية في الإدارة ومفادها : القائد هو الشخص الذي يكون قادراً على إشباع حاجـــات تابعيه أو مرؤوسيه ، وبالتالي فقوة القائد وتأثيره مستمدتان من الجماعة التي يقودها، ومن مدى قدرته على تحقيق أهدافها ، فكلما زادت درجة قدرته على الإشباع زاد معها قوة تأثيره في مرؤوسيه .

28-Satisfing Decision Making Model النموذج المرضي في صنع القرار

يعبر هذا النموذج عن وجهة النظر الجديدة في عملية صنع القرار ، حيث ترفض قبـــول وجهـــة النظـــر التقليدية وهي صفة الرشد في القرار ، وترى أن مسألة الرشد المطلق في عملية القرار غير واقعية ، لـــذلك تستبدلها بصفة الرشد المحدود في صنع القرار ، ذلك لأن صانع القرار لا يمكنه الوصول إلى قرار رشـــيد أو مثالي بشكل مطلق ، لأن هناك محددات متنوعة تحول دون وصوله إلى درجة الرشد المطلـــق . مـــن هـــذه العوامل : شخصية صانع القرار ، وفرة المعلومات ، نقص الخبرة ، اللوائح والقوانين ، الـــتغيرات البيئـــة السريعة ...الخ . في ظل ذلك يسعى صانع القرار جاهداً إلى تحقيق الحد المرضي الممكن من الأهـــداف في ظل القيود البيئية والشخصية ، وإتباع وسائل حتى ولو كان غير مقتنع بها طالما أنها تسهم في تحقيق الهدف.

29-Saving الإدخار

هو الجزء الفائض عن حاجة الفرد لتوفير متطلباته الحياتية والمعاشية ، ويتم حسابه عـــن طريـــق طـــرح الإنفاق لتغطية شراء حاجات الفرد الإستهلاكية والمعيشية من إجمالي الدخل .

30-Saving Bank مصرف إدخار

مؤسسة مالية تعمل على إستلام وتجميع مدخرات فردية ، من أجل إستثمارها وتحقيق أرباح لأصـــحابها ، لقاء عمولة محددة تتقاضاها لقاء القيام بذلك .

31-Saving Deposit وديعة (حساب) توفير

مبلغ من المال يودعه العميل في المصرف يكون بإمكانه السحب منه والإضافة عليه بموجب دفتر توفير يمنحه المصرف له ، ويحتسب المصرف معدل فائدة لصالح العميل ، تضاف بشكل دوري إلى حسابه (الوديعة) المسجل في الدفتر .

32-Saving Passbook دفتر الإدخار

ويسميه بعضهم بدفتر التوفير ، الذي يسمله المصرف لمودعي حسابات الإدخار لديه ، تسجل فيه المبالغ المودعة والمسحوبة منه ، والفائدة الدائنة ، ومبلغ وتاريخ كل عملية والرصيد المتبقي . ويُوضح فيه إســـم العميل ورقم حسابه وعنوانه .

33-Saving Passbook-Automatic Transfer Account — حساب إدخار ذي خدمة التحويل الآلي

هو أحد أنواع حسابات الإدخار ، الذي يتيح لعملاء المصرف المودعين تحويل جزء من أموالهم تلقائياً إلى حساباتهم الجارية عند حاجتهم إلى سحب شيكات ، حيث يتم التحويل بقيمة الشيك فقط .

34-Scalar of Authority — تدرج السلطة

يقصد بالتدرج هنا إنسياب سلطة إصدار الأوامر والتوجيهات في المنظمة عبر مستوياتها الإدارية العليا ، الوسطى ، المباشرة ، وصولاً إلى قاعدة الهرم التنظيمي ، وذلك من خلال خطة السلطة الرسمية ، الذي يربط قمة الهرم التنظيمي بقاعدته . وبالتالي فالتدرج يعني تسلسل الرئاسات الإدارية ، حيث يربط خط السلطة المستوى الإداري الأعلى بالمستوى الأدنى منه بشكل مباشر .

35-Scanlon Plan — خطة سكانلون

خطة حوافز تشجيعية إقترحها الأمريكي "سكانلون"، بموجبها يتفق العاملون مع صاحب العمل على تكاليف معيارية أو قياسية يجب عدم تجاوزها ، وأية مبالغ يوفرها العاملون (أي أن التكلفة الفعلية أدنى من المعيارية) تقسم بين العاملين وصاحب العمل بالتساوي .

36-Scatterplot — الشكل البياني لإنتشار قيم الظواهر (المتغيرات)

شكل بياني يوضح إنتشار أو تبعثر قيم ظاهرة (متغير) معينة تجري دراسة العلاقة المباشرة بينها وبين ظاهرة أخرى تدعى بالمتغير المستقل ، من أجل تحديد درجة الإرتباط والتأثر بينهما ، فكلما كانت قيم الظاهرة مبعثرة أومنتشرة (العلاقة مع المتغير المستقل) كثيراً ، دل ذلك على درجة علاقة وإرتباط وتأثر ضعيفة ، وأن درجة الإعتمادية بينهما ضعيفة أيضاً ، والعكس من ذلك صحيح .

37-Scientific Approach of Job Design — المدخل العلمي في تصميم العمل

يعود إستحداث هذا المدخل في مجال تصميم العمل لمدرسة (نظرية) الإدارة العلمية ورائدها "تايلور"، الذي طبقه أول مرة في شركة "ميدفال ستيل Midval Steel " في الولايات المتحدة الأمريكية وبإستخدام دراسة الحركة والزمن ، وشعار هذا المدخل هو "يوجد طريقة واحدة مثلى لأداء العمل There is one best way doing a job .

ويقوم هذا المدخل على الأفكار التالية :

- تبسيط العمل إلى أقصى حد ممكن عن طريق تجزأته إلى جزيئات بسيطة وإسناد أداء الجزيئة الواحدة لعامل واحد وجعله يؤديها ويكرر أداءها ، إذاً التخصص في العمل ضيق جداً .
- إستغلال الإمكانات الفسيولوجية لدى العامل لأقصى درجة ممكنة .
- وضع مستلزمات العمل بجانب من يستخدمها .

- رفع إنتاجية العمل من خلال تبسيطه وإختصار زمن تنفيذه .
- الفصل بين الأعمال المباشرة والأعمال غير المباشرة .
- ربط الأجر بالإنتاج .
- توفير مناخ مادي (إضاءة ، تهوية) مناسب لأداء العمل .

38-Scientific Management School **مدرسة الإدارة العلمية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Theory of Scientific Management

نظرية الإدارة العلمية

39-Scrap **الخردة**

هي المواد والمعدات التي أصبحت غير ذات نفع للمنظمة نتيجة إستعمالها ، وليس لها قيمة تذكر .

40-Seasonal Consumption and Continuous Production **الإستهلاك الموسمي والإنتاج المستمر**

بعض المنتجات يكون إستهلاكها في موسم معين ، ويكون الطلب عليها فيه كبيراً، ولتغطية هذه الحالة ، يقوم منتجوها بإنتاجها طوال العام وتهيئتها للبيع في موسم الطلب عليها ، ومثال عن هذه المنتجات المراوح ومكيفات الهواء ، التي تنتج على مدار العام وتخزن لحين قدوم فصل الصيف ومواجهة الطلب الكثيف عليها .

41-Seasonal Discount **الخصم الموسمي**

تخفيض على شكل نسبة معينة من قيمة السلعة (أو الخدمة) أو من ثمن فاتورة البيع ، يمنحها البائع للمشتري إذا إشترى منه السلعة في شهور أو مواسم معينة ، التي يكون الطلب عليها فيها منخفضاً ، مثل تخفيض أسعار تذاكر السفر بالطائرات والفنادق شتاءً .

42-Seasonal Industry **صناعة موسمية**

هي التي لا تعمل مصانعها طوال السنة ، بل تعمل في موسم معين ، عند توفر المادة الخام التي توفرها الطبيعة ، أوالمادة الأولية التي توفرها صناعات أخرى في موسم معين فقط ، أو عند وجود طلب على سلعتها . مثال على ذلك صناعة تعليب الأسماك بعد صيدها ، حيث تتوقف عن العمل في موسم التفريخ ، وكذلك صناعة تعليب الخضار والفاكهة التي تعمل في موسم نضوجها وتوفرها .

43-Seasonal Production & Continuous Consumption **الإنتاج الموسمي والإستهلاك المستمر**

مثال عليه المنتجات الزراعية التي تنتج في مواسم معينة ولا بد من تخزينها من أجل إستهلاكها على مدار

العام ، أو على الأقل في أوقات أخرى غير المواسم التي تنتج فيها . فالقطن والحبوب على سبيل المثال ينتجان في موسم معين ويجري إستهلاكهما على مدار فترة زمنية قد تطول أكثر من سنة . وقد ساعدت المخازن المبردة في تخزين بعض منتجات الفاكهة واللحوم وغيرها وإستهلاكها على مدى زمن معين .

44-Seasonal Unemployment — البطالة الموسمية

وهي التي تصاحب مساراً معيناً في قطاع الصناعة والخدمات . ففي فصل الشتاء مثلاً هناك ركود في الطلب على الخدمات السياحية ، وهذا ينتج عنه بطالة موسمية في القطاع السياحي حيث تكون فرص العمل قليلة جداً ، ونفس الحال في مجال المواسم الزراعية الموسمية أيضاً .

45-Second Rule — قاعدة الثلاثين ثانية

تستخدم هذه القاعدة في أعمال الإصلاح والصيانة السريعة التي يُستخدم فيها مجموعة من الأدوات والعدد كالمفكات والمثاقب والمطارق وغيرها من الأدوات ، حيث توضع في مكان معين ومحدد ومعروف ، بشكل يكون لكل نوع عدة مكان خاص بها ، لتوفير الوصول إليها وإرجاعها إلى مكانها بسهولة وسرعة . وتطبق هذه القاعدة مفهوم : مكان لفحص كل شيء ، وكل شيء يعود لمكانه المخصص بعد الإستخدام .

46-Secondary Needs — الحاجات الثانوية

لا يقصد بالثانوية هنا بأنها ليست ذات أهمية إنما يقصد بها بأنها تأتي في المرتبة التالية في عملية إشباع الإنسان لها ، وذلك بعد إشباع الحاجات الأساسية أوالفسيولوجية (الطعام ، الراحة ، النوم ..الخ) . وتشتمل الحاجات الثانوية على شريحة واسعة من الحاجات مثل : الإجتماعية ، والحب ، والصداقة ، والأمان وغيرها .

47-Secondary Financial Market — السوق المالي الثانوي

هو أحد أنواع البورصات الذي يتم فيه تداول الأوراق المالية غير الجديدة ، أي التي تم إصدارها من قبل ويتكون هذا السوق من سوقين :

- السوق المنظم : ويتم فيه تداول الأوراق المالية المسجلة رسمياً لديه ، ويخضع تداولها إلى قوانين وإجراءات رسمية .
- سوق غير منظم : ويتم فيه تداول الأوراق المالية غير المسجلة في جداول الأسعار الرسمية ، حيث يتم تحديد أسعارها بوساطة التفاوض ، لذلك سماه بعضهم بسوق المفاوضة على الأسعار .

ويتم تبادل المعلومات عن الأوراق المالية في هذا السوق والتفاوض من قبل الوسطاء .

48-Secondary Market Profit — ربح التداول الثانوي

هو الربح الذي يحصل عليه المصرف من عملية بيع قرض الرهن بسعر أعلى من تكلفة إنشائه .

49-Secondary Questions of Interview **أسئلة المقابلة الثانوية**

هي الأسئلة الفرعية المشتقة من إجابات الشخص الذي تجري مقابلته عن الأسئلة الرئيسة الموجهة له من منفذي المقابلة . فعندما يجيب المُقابَل عن سؤال مثلاً غير واضح ، أو عندما تثــار نقطــة جديــدة في إجابته، يضطر عندئذٍ منفذ المقابلة أن يطرح سؤالاً فرعياً (ثانوياً) أو أكثر حسب الحاجــة للإستيضـــاح أو لتوسيع المعلومة . إن إستخدام هذا النوع من الأسئلة لا يكون إلا في المقابلة المفتوحة أو غير الموجهة ، التي تعتمد بشكل أساسي على مهارة منفذ المقابلة .

50-Secret Weighted Performance Appraisal Check Lists **قوائم تدقيق تقييم الأداء ذات الأوزان السرية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Weighted Performance Appraisal Lists
قوائم تدقيق تقييم الأداء ذات الأوزان

51-Secured Loan **قرض مضمون**

قرض يطلب المصرف من المقترض تغطية مبلغه برهن أصول مادية ذات قيمة سوقية .

52-Securitization **التسنيد**

عملية يقوم المصرف من خلالها بتحويل جزء من أصوله المولدة للدخل إلى أوراق مالية .

53-Selection and Placement Process **عملية الإختيار والتعيين**

مجموعة المراحل أو الإجراءات أو الحواجز المتسلسلة التي يجب على المتقدم لطلب التعين في المنظمة إجتيازها بنجاح ، فهذا الإجتياز يدل على أنه مؤهل للتعيين ومن ثم التثبيت في المنظمة . بناءً على ذلك يمكن تحديد هدف هذه العملية بـــ : إنتقاء أفضل وأنسب المتقدمين للتوظف في المنظمة لشغل وظائف خالية فيها ، وذلك على أساس موضوعي وعادل ، وفي ضوء شروط ومواصفات محددة مسبقاً (معايير الإنتقاء) مطلوب توفرها فيهم . وتجدر الإشارة إلى أن هذه المراحل أو الإجراءات تختلف من منظمة لأخرى ، ومن وظائف لوظائف أخرى حسب طبيعتها . ويمكن توضيح هذه المراحل بما يلي :

- إستقبال طالبي العمل .
- المقابلة الأولية لطالبي العمل .
- الكشف الطبي .
- مقابلة الإختيار .
- الإختبارات .

- التعيين تحت التجربة والتمرين .
- التثبيت .

54-Selection Interview of (HR) — مقابلة إختيار الموارد البشرية

هي إحدى وأقدم الوسائل المستخدمة في إنتقاء الموارد البشرية التي تعتمد عليها المنظمات لسداد حاجتها من القوى العاملة وعلى إختلاف أنواعها ، وهي أيضاً من أوسعها إنتشاراً . ومقابلة الإختيار عبارة عن لقاء شخصي بين لجنة مكونة من عدد من المختصين (يفضل أن يكون عددها فردياً) مع طالبي العمل كل على حده ، من أجل جمع معلومات عنهم ، يمكن بعدها تقييم هذه المعلومات ، ومعرفة مدى صلاحيتهم للتعيين . وتعتبر المقابلة مصدراً هاماً للمعلومات للأسباب التالية :

- وسيلة مباشرة لجمع المعلومات من طالبي العمل .
- وسيلة موضوعية للحصول على المعلومات .
- وسيلة للكشف عن شخصية طالبي العمل ، وإتجاهاتهم ، وميولهم ، وإستعداداتهم ، وخصائصهم الفسيولوجية العامة .

55-Selection Ratio of Employees — نسبة إختيار العاملين

يقصد بنسبة إختيار العاملين ، عدد الأفراد الذين تم إختيارهم ليشغلوا عمل معين أو وظائف معينة مقارنة بالمجموع الكلي للأفراد المتقدمين لهذا العمل ممن جرى إستقطابهم وفق ما يلي :

$$\text{نسبة الإختيار} = \frac{\text{عدد الأفراد الذي جرى إختيارهم لعمل معين}}{\text{عدد الأفراد المتقدمين للعمل ممن جرى إستقطابهم}} \times 100$$

وتفيد عملية حساب هذه النسبة لمعرفة حجم من تم إختيارهم من المجموع الكلي لعدد المتقدمين ، فإذا كانت هذه النسبة كبيرة ، معنى ذلك أن العدد الكلي لم يكن كبيراً ، والعكس صحيح ، فالمطلوب في عملية الإستقطاب أن يكون العدد المستقطب كبيراً ، لتكون بدائل الإختيار أكبر وبالتالي الإنتقاء للتعيين أفضل ، فلاشك أن إختيار 50/3 أفضل من إختيار 20/3 .

56-Selective Buying Motives — دوافع الشراء الإنتقائية

تنشأ هذه الدوافع بعد أن تتشكل الدوافع الأولية للشراء (ظهور حاجة لدى المستهلك تحتاج إلى إشباع ويريد إشباعها) ، حيث يبدأ تفكيره بالمفاضلة بين عدة بدائل من السلع التي بإمكانها إشباع حاجته ، ليختار أنسبها وأفضلها ، في ضوء معايير يضعها لنفسه ، من أجل إنتقاء الأفضل من البدائل المتاحة أمامه ومثال عن هذه المعايير : جودة السلعة ، سعرها ، الجهد الشرائي ، مستوى دخله ...الخ .

57-Selective Demand — الطلب الإنتقائي

يمثل هذا الطلب تفضيل مجموعة من المستهلكين في السوق شراء سلعة (أو خدمة) من ماركة أو علامة تجارية معينة دون غيرها من الماركات الأخرى المنافسة لها .

58-Selective Distribution — التوزيع الإنتقائي

نظام لتوزيع السلع عن طريق عدد محدود منتقى من قنوات التوزيع أو التسويق ، يتم إختيار هذه القنوات (أو الموزعين) وفق معايير أو أسس معينة يضعها المنتج ، بحيث تضمن تسويق منتجه بأعلى كفاءة، وبما يتماشى مع ظروفه وطبيعة منتجه وظروف السوق .

59-Selective Perception — الإدراك الإنتقائي

لنستطيع فهم معنى هذا المصطلح يتوجب الأمر طرح السؤال التالي : طالما أننا نحس بكافة المؤثرات البيئية فلماذا نعطي إنتباهنا للبعض منها ونستقبله بإكتراث وبعضها الآخر لا ؟. الإجابة عن السؤال هي : أننا ننتبه للأشياء التي تثير إهتمامنا وبالتالي نسعى لإداركها ، فالإنسان لا يستطيع أن يتقبل كل ما يصادفه من مؤثرات خارجية ويدركها ومن ثم يخزنها ، فهو لا ينتبه ، ولا يستقبل ، ولا يدرك ، ولا يخزن ، إلا المؤثرات التي همه وتتوافق مع إهتماماته . فطلاب التسويق يجذب إهتمامهم الممارسات الإعلانية في التلفاز أو الشارع ، في حين أن طلبة علم الحاسبات يثير إهتمامهم أنظمة المعلومات . وليس الإهتمام وحده هو الذي يثير الإنتباه ، بل أيضاً نوعية الحاجة التي يحس بها الفرد الذي يستقبل المؤثرات أو المنبهات . فنحن نهتم بأي منبه يتوافق مع حاجتنا ، فرائحة الطعام تجذب إنتباهنا عندما نكون جائعين ، والأصوات الموجودة في مدخل أو رواق تؤثر في إنتباهنا وتشعرنا بالتعب والضجر عندما نكون في قاعة المحاضرات .

60-Self Actualization Needs — حاجات تحقيق الذات

تتمثل هذه الحاجات وتتجسد لدى الإنسان في طموحه المستقبلي الطويل الأمد سواء في حياته العملية بوظيفته بالمنظمة أو في حياته الخاصة . فالوصول إلى وظيفة عليا ، وتحقيق التميز والإبداع في العمل ، والخضوع لدورات تعلم وتدريب وتنمية لتحسين الأداء المستمر ، جميعها تعبر عن حاجات تحقيق الذات .

61-Self-Defeating — الهزيمة الذاتية

يطلق هذا المصطلح على الإنسان الذي يفشل في إشباع حاجاته ورغباته وبدرجة عالية ، وهذا الأمر قد يُحدث لديه عدم توازن نفسي ، وعقداً نفسية أحياناً إذا إستمرت هذه الهزيمة لفترة طويلة من الزمن .

62-Self Deposit Box — خزانة الوديعة الذاتية لدى المصرف

ويسميها بعضهم بالصناديق الحديدية (على شكل أدراج مقفلة) التي يحتفظ بها المصرف في قاعات محصنة بشكل جيد ، ومحاطة بجميع الإحتياطات الأمنية اللازمة ، حيث تؤجر مقابل إيجار سنوي لعملاء المصرف ،

ليحتفظوا فيها بأشيائهم الخاصة والهامة . ولكل صندوق مفتاحان لا يمكن فتح الصندوق إلا بهما معاً ، الأول لدى المستأجر والثاني لدى موظف المصرف المسؤول .

63-Self Development **التنمية الذاتية**

نشاط تنموي يقوم به الفرد من تلقاء نفسه أي بدافع ذاتي منه ، من أجل زيادة وتنمية معارفه العامة والتخصصية المتعلقة بعمله في المنظمة . ويتم ذلك بوسائل متعددة منها على سبيل المثال : قراءة الكتب والمراجع العلمية ، حضور ندوات علمية وثقافية ، الإشتراك مع الرؤساء والزملاء في نقاشات تتعلق بالعمل ، الدراسة في جامعة أو معهد للحصول على مؤهل علمي ، حضور دورات تدريبية خاصة ...الخ . وعلى المنظمة أن تشجع العاملين لديها على هذا النوع من التنمية ، لأن فائدته تعود على صاحبها وعليها في الوقت نفسه .

64-Self Directed Work Teames **فرق عمل ذات إدارة وتوجيه ذاتي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Self Managed Work Teams
فرق عمل مدارة ذاتياً

65-Self Discipline **الإنضباط الذاتي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Self Control
الرقابة الذاتية

66-Self Efficiency **الكفاية الذاتية**

إعتقاد شخصي لدى الفرد أن بإمكانه أن يؤدي عملاً ما أو مهمة ما بكفاءة ونجاح ، نتيجة ثقته بنفسه وبإمكاناته وقدراته .

67-Self Employed **المالك المدير**

يشير هذا المصطلح إلى مالك المشروع الصغير الذي يقوم هو بنفسه بإدارة مشروعه ، فهو القائد المخطط، والمنظم ، والموجه ، والمراقب ، وهو الذي يدرس السوق ، ويسوق منتجه ...الخ .

68-Self Incentive **الحافز الذاتي**

ويسميه بعضهم بالدافع الذاتي وهو قوة كامنة داخل الفرد ، تدفعه بمحض إرادته وعن قناعة ذاتية إلى العمل بجد ونشاط ، لإشباع حاجة معينة أو أكثر ، يؤمن بها ويعمل على تحقيقها ، دون أن يكون الحافز المادي هو الأساس .

69-Self Initiative — المبادرة الذاتية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Self Stater

70-Self Managed Work Teams — فرق العمل المدارة ذاتياً

العمل الجماعي سمة أساسية في المنظمات المعاصرة وخاصة اليابانية ، حيث أخذ أشكالاً أساسية هي: فرق العمل ، حلقات الجودة ، القوى الوظيفية . ومن أجل تفعيل دور فرق العمل وتحقيق الفوائد المرجوة منها، تم التوجه إلى مفهوم الإدارة الذاتية لفريق العمل التي تشير إلى :

- منح الفريق سلطة كافية لإنجاز المهمة الموكلة إليه .
- يحق لفريق العمل صنع قرار جماعي ضمن المهمة المحددة له ، وبالتالي تكون مسؤولية القرار المتخذ مسؤولية جماعية .
- توفير درجة عالية من الحرية والمرونة في تنفيذ المهمة .
- توفير درجة عالية من الإستقلالية في أداء المهمة .
- منح الفريق حق تحديد أهداف العمل ضمن المهمة المحددة له ، وتخطيطه ، وتنظيمه ، ورقابته .

71-Self Performance Appraisal — التقييم الذاتي للأداء

هو أحد الأساليب المستخدمة في تقييم أداء الموارد البشرية ، حيث يُطلب من الفرد نفسه أن يقيم أداءه وجهده المبذول في العمل ، على إعتبار أنه أدرى من الآخرين بحقيقة أدائه ، بالتالي فهو أقدر من غيره على تحديد جوانب الضعف والقوة في أدائه بشكل دقيق وواضح . ويزود الفرد في العادة بالإرشادات التي سوف يتبعها في تقييم أدائه الذاتي ، وتوضح له أهمية الموضوعية وعدم التحيز لنفسه .

72-Self Performance Evaluation — التقييم الذاتي للأداء

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Self Performance Appraisal

73-Self-Report Inventory Personality Test — إختبار قائمة تقرير الجرد الذاتي للشخصية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Personality Questionnaire Test

إختبار إستقصاء الشخصية

74-Self Respect Needs **حاجات إحترام الذات**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Esteem Needs

حاجات تقدير الذات

75-Self-Role Conflict **صراع الدور الذاتي**

الدور هو مجموع المهام والصلاحيات المناطة بشاغل الوظيفة والمسؤوليات المترتبة عليه التي يحددها عادة وصف الوظيفة . ويحدث هذا النوع من الصراع عندما يؤدي شاغل الوظيفة مهاماً متعارضة مع بعضها بعضاً ، وهذا بسبب عدم كفاءة ودقة توصيف الوظيفة .

76-Self-Service Stores **محلات الخدمة الذاتية**

هي المتاجر التي يخدم فيها المشتري نفسه بنفسه ، حيث تكون السلع معروضة ومكشوفة له وأسعارها موضوعة عليها ، يختار منها ما يشاء ، دون وجود رجل بيع بجانبه يقوم ببيعه السلع التي يحتاجها .

77-Self-Starter **المبادرة الذاتية**

إحدى الخصائص الإنسانية التي تعبر عن شخصية صاحبها القوية ، والإندفاع للعمل والإعتماد على الذات وشعارها : أنا البادئ لكل شيء ، لا أنتظر الآخرين بل أبدأ من نفسي ، أبحث عن فرص التحدي والعمل ، لا أدع الآخرين يتخذون قرارات عني ، فأنا أصنع قراراتي ، ولا أتحاشى المسؤولية ، وأحس بعدم الأمان إذا خطط وقرر عني الآخرون .

78-Sellers & Buyers Market **سوق البائعين والمشترين**

ويقصد به السوق الحر الذي يسود فيه قانون العرض والطلب وحرية المنافسة . فمن جهة البائعين نجد أن هناك عدداً من المنشآت تتنافس فيما بينها للحصول على أكبر حصة من السوق ، من خلال ما تقدمه للزبائن من مزايا وجودة في سلعتها (أو خدمتها) وسعر تنافسي . ومن ناحية أخرى نجد المشترين يفاضلون بين سلع هذه المنشآت والخدمات التي تقدمها لهم ، وبناءً على المفاضلة يختارون السلعة الأنسب ، وهذا يعني عدم وجود إحتكار من قبل المنتجين والباعة في عرض السلع في السوق .

79-Sellers Market **سوق البائعين**

هو الذي يكون فيه الطلب على السلعة (أو الخدمة) أكبر من عرضها ، حيث يتهافت المستهلكون على الشراء دون أن يجد جميعهم ما يلبي حاجتهم من السلعة ، بسبب عدم إمكانية تلبية المنتجين لطلب المستهلكين جميعهم . يتضح من ذلك أن المنافسة في هذا السوق ضعيفة ، وبالتالي يكون المنتج هو سيد الموقف ، ويفرض على المستهلك ما يراه مناسباً له وللزبون .

80-Selling Agents — وكلاء بيع

وكيل البيع هو الذي يقوم بتوزيع كامل إنتاج مُصنع معين (الموكل) أو عدد من المنتجين (المصنعين) غير المتنافسين ، ويكون التوزيع لسلعة واحدة أو لمجموعة من السلع ، والأصل ألا تكون السلعة التي يوزعها في حوزته . وتنشأ العلاقة بين وكيل البيع والموكل (صاحب السلعة) نتيجة عقد طويل المدة نسبياً بينهما، فضلاً عن حقه بالتوزيع في مناطق غير محدودة .

81-Selling Full-Line Policy — سياسة التحميل البيعية

إحدى سياسات البيع التي بموجبها لا يبيع البائع سلعته منفردة ، بل يبيعها مع مجموعة من السلع المرتبطة بها ، حيث تباع جميعها كوحدة بيع واحدة .

82-Selling Process — العملية البيعية

هي المراحل التي تمر بها عملية البيع من بدايتها وحتى نهايتها وتتكون من المراحل التالية :

- تحديد الزبائن المستهدفين .
- التحضير للمقابلة البيعية .
- تقديم العرض البيعي .
- الرد على إستفسارات الزبائن .
- إتمام صفقة البيع .
- الخدمة بعد البيع والعناية بالزبائن .

83-Selling-Support Personnel — أفراد خدمات الدعم البيعي

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة المبيعات ، ويشير معناه إلى رجال البيع الذين تنحصر مهمتهم في تزويد الزبائن بالمعلومات الأساسية عن السلعة أو الخدمة ، من حيث الخصائص ، والجودة ، والمزايا ، وطريقة الإستعمال ...الخ ، وبالتالي فعملهم ليس له علاقة بإتمام عملية البيع أو جذب العملاء .

84-Selling Zone — منطقة بيعية

يقصد بالمنطقة البيعية أي منطقة جغرافية يتواجد فيها عدد معين من الزبائن الحاليين أو المحتملين ويمكن الوصول إليها ، وتكفي لتشغيل رجل بيع بكامل طاقته . ويتم تحديد المنطقة البيعية من خلال مايلي :

- تحديد السوق الكلية جغرافياً .
- تقسيم السوق الجغرافي الكلي إلى أجزاء ، كل جزء محدد جغرافياً .
- تكليف رجل بيع أو أكثر بالعمل ضمن الجزء (المنطقة البيعية) .

85-Semantic Differential Scale — مقياس فروق المعاني (الدلالات)

قام بتطوير هذا المقياس "Charles Osgood" وآخرون وهو يستخدم في مجال دراسة الإتجاهات الإنسانية تجاه ظاهرة أو مشكلة أو موقف ...الخ . يتكون هذا المقياس من عبارات تصف الظاهرة التي يراد دراستها ، وتوجه لعينة البحث المراد إستقصاء رأيها وإتجاهها ، حيث يكون أمام المستقصى منه مجموعة من مستويات الإجابة أو الرأي تبدأ من (1) الذي يعبر عن أدنى رأي سلبي و(7) الذي يعبر عن أقصى رأي إيجابي وفيما يلي مثال على ذلك :

لا يوجد جودة (1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	جودة عالية ومتميزة (7)

ويتم مقارنة المجموع الكلي لدرجات فرد معين مع المجموع الكلي لدرجات الأفراد الآخرين لتحديد الفروقات .

86-Semi-Manufactured Goods — سلع نصف مصنعة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Partial Manufactured Goods

87-Semi-Structured Interview — المقابلة النصف نمطية

ويسميها بعضهم بالمقابلة الموجهة ، حيث يُحدد الإطار العام أو النقاط الأساسية التي حولها يجب أن تقوم لجنة المقابلة بطرح الأسئلة على الشخص الذي تجري مقابلته ، من أجل جمع المعلومات عن المسألة التي تجري عنها المقابلة . يفهم من ذلك أن أعضاء لجنة المقابلة لديهم كامل الحرية في طرح الأسئلة ، لكن ضمن المجالات المحددة لهم مسبقاً ، والتي يجب التقيد بها من قبلهم وعدم الخروج عنها .

88- Seniority-Based Pay — الرواتب والأجور على أساس الأقدمية

إحدى الطرق المستخدمة في دفع رواتب وأجور العاملين في المنظمات ، وتقوم على أساس طول مدة خدمة الفرد في العمل ، فمع تزايد مدة خدمته يزداد راتبه أو أجره ، من منطلق أن زيادة فترة ممارسة الفرد للعمل تزيد من مهارته وكفاءته فيه . وينظر لهذه الطريقة على أنها موضوعية لا مجال للتحيز فيها ، لكنها لا تحفز العاملين على بذل الجهود ، على إعتبار أن الزيادة في الراتب أو الأجر مربوطة بالقدم ومرور الزمن .

89-Sensitivity of Demand to Price — حساسية الطلب للسعر

الحساسية هنا هي العلاقة بين حجم الطلب على السلعة (أو خدمة) وسعرها ، إذ كلما إنخفض سعرها زاد حجم الطلب عليها والعكس صحيح ، وذلك وفق قاعدة النسبة والتناسب ، بمعنى أنه إذا تم تخفيض السعر بنسبة كذا ، فسوف يرتفع حجم الطلب والمبيعات بنسبة كذا . ولا شك أن هذه العلاقة لا تكون

إلا في حالة كون الطلب على السلعة مرن ، وهذا يعني أن الطلب غير المرن لا تنطبق عليه هذه العلاقة ، كما هو الحال بالنسبة للسلع الإستهلاكية الأساسية ذات السعر المنخفض الذي لا يلعب السعر تأثيراً في حجم الطلب عليها كالملح مثلاً .

90-Sensitivity Training — تدريب الحساسية

أحد أساليب التدريب الذي ينتمي إلى فئة التدريب الجماعي السلوكي ، بموجبه يتم تنظيم لقاءات دورية بين أعضاء مجموعة التدريب في مكان خاص ولفترة زمنية محددة ، حيث يقيمون مع بعضهم بعيداً عن حياتهم الخاصة وحياتهم العملية . وفي اللقاءات يُطلب من المتدربين (نتيجة عيشهم مع بعضهم في مكان واحد) أن يُقَيموا سلوك بعضهم بعضاً وبصراحة وبدون مجاملة . إذاً يمكن القول أن المادة التدريبية في هذا الأسلوب هو مناقشة السلوك ، ولا يوجد مدرب ، بل موجه فقط ، فمن خلال تقييم السلوك يعرف كل متدرب رأي الآخرين به وبسلوكه بشكل واضح وصريح ، من أجل توليد القناعة لديه لتعديل سلوكه للأفضل ، لأن الإنسان يعتقد في معظم الأحيان أنه على صواب ، فيأتي هذا الأسلوب لينبهه عن سلبيات سلوكه . إذاً يفيد هذا الأسلوب بما يلي :

- يساعد المتدرب على فهم حقيقة سلوكه ومدى تأثير سلوكه في الآخرين وتأثر سلوكه بسلوكهم.
- يساعد المتدرب على تقبل الآخرين بسلوكهم وإنفعالاتهم وآرائهم لوجوده معهم في مكان إقامة واحد.
- يساعد المتدرب على زيادة إنفتاحه على الآخرين .
- يساعد المتدرب على تصحيح سلوكه .

91-Sensory Inputs — المدخلات الحسية

مجموعة من الإدراكات التي يحصل عليها الإنسان من خلال إتصاله وتفاعله مع الآخرين ، فمن خلالها يتمكن من إدراك ومن ثم فهم الغير ، وبالتالي فلا علاقة لهذا الإدراك بالإدراك الذاتي النابع من داخله ، لأنه لا يعبر عن إدراكاته الخاصة .

92-Serial Entrepreneurship — سلسلة المشاريع الصغيرة المبدعة المتتالية

يطلق هذا المصطلح على ملاك المشروعات الصغيرة ذات أفكار جديدة الذين عندما ينتهون من تأسيس مشروع ما ويقلع بنشاطه ، يقومون بالبدء بتأسيس مشروع صغير آخر ، وفي الحصيلة وبعد فترة زمنية غير محددة ، يكونوا قد أسسوا مجموعة من المشاريع الصغيرة . ولا يشترط أن يكون نشاط هذه السلسلة من المشاريع يكمل بعضه بعضاً أو من نفس نوعية النشاط فقد يكون وقد لا يكون . ويُتبع هذا الأسلوب من قبل بعض أصحاب المشاريع من أجل تخفيف درجة المخاطرة المصاحبة لإستثمار رأس المال على مبدأ " لا تضع البيض كله في سلة واحدة " .

93-Serial Portfolio Entrepreneurship — محفظة سلسلة المشاريع الصغيرة الإستثمارية

يُستخدم هذا المصطلح للتعبير عن عدة مشاريع يمتلكها شخص واحد مبدع لأفكار إستثمارية (أو أكثر)،حيث جميعها تعمل بآن واحد وتدار من قبل مالكها ، وقد يكون نشاط هذه السلسلة يكمل بعضه أو لا ، وجميعها يسعى إلى تحقيق الربح ، الذي يأتي من خلال جميع نشاطاتها ، وبالتالي تهدف المحفظة الإستثمارية هنا إلى توزيع المخاطرة على أكثر من مشروع صغير .

94-Servance Pay — تعويض الخدمة

مبلغ من المال تدفعه المنظمة للعاملين الدائمين الذين تقوم بتسريحهم بسبب عدم الحاجة إلى خدماتهم ، ويأخذ هذا التعويض أحد الشكلين التاليين :

- مبلغ إجمالي محدد .
- راتب محدد لعدد من الشهور .

الغاية من دفع هذا التعويض ، مساعدة الفرد المسرح من العمل على العيش لفترة زمنية ، لحين إيجاده لفرصة عمل في منظمة أخرى ، ويصنف هذا التعويض ضمن الحوافز المالية .

95-Service — خدمة

جهد إنساني غير ملموس تقدمه منشأة متخصصة (أو فرد) لإشباع حاجة معينة أو حل مشكلة لدى المستهلك (أو الغير) ، ويتطلب تقديم هذا الجهد توفر المهارة والخبرة السابقة في من سوف يقدمه .

96-Service Design — تصميم الخدمة

أحد العناصر التي يتكون منها المزيج التسويقي للخدمات ويشتمل على الجوانب التالية :

- تحديد مضمون الخدمة وجوهرها .
- تجزئة المضمون إلى أجزاء .
- تحديد الوسائل والتجهيزات التي سوف تستخدم في تقديم الخدمة وفي أجزائها.
- تحديد المواصفات والخصائص التي تتميز بها الخدمة .
- تحديد من سيقدم الخدمة ، وكيف ستقدم ، ومتى سيتم تقديمها .
- تحديد الخدمات الإضافية الداعمة للخدمة .

97-Service Mark — علامة الخدمة

إسم ، إشارة ، كلمة ، حرف ...الخ يعطيها مقدم الخدمة للسوق لخدمته ، من خلالها يحدد هوية خدمته ويميزها عن الخدمات المقدمة من قبل المنافسين . فعلى سبيل المثال تميز شركة شيراتون للفنادق فنادقها

وخدماتها السياحية بحرف هو (S) . إذاً فعلامة الخدمة هي مماثلة للعلامة التجارية التي تعطى للمنتجات الصناعية .

98-Service Organization **منظمة خدمة (خدمية)**

شكل من أشكال الأعمال التي تقوم بتجميع عدد من الموارد (قوى عاملة ، أدوات ،أموال ..الخ) تدعى بالمدخلات ، من أجل تقديم منتج غير ملموس للمستهلكين على شكل خدمة ، وذلك لقاء عائد مالي تحصل عليه يحقق لها ربحاً ، مع الإشارة إلى أن المنظمات الحكومية الخدمية لا تهدف إلى تحقيق الربح بل تقدم خدمات بسعر التكلفة . ومن أمثلة هذه المنظمات ، المصارف ، الفنادق ، المستشفيات ، الجامعات ...الخ .

99-Services Marketing Mixture **مزيج الخدمات التسويقي**

يتكون المزيج التسويقي للخدمات من العناصر التالية :

- تصميم الخدمة (مضمونها وإجراءاتها) .
- المكان : تحديد الأماكن الجغرافية التي ستقدم فيها الخدمة للزبائن (التوزيع) .
- الترويج للخدمة .
- الأفراد الذين سيؤدون الخدمة (مواصفاتهم وتدريبهم) .
- تسعير الخدمة .

100-Set-up Time to Work **وقت التحضير**

هو الوقت اللازم الذي يحتاجه تجهيز الآلة أو عملية الإنتاج للعمل .

101-Severity Rating Error **خطأ التشدد في التقييم**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Strictness Rating Error

102-Sexual Harassment at Workplace **المضايقات الجنسية في مكان العمل**

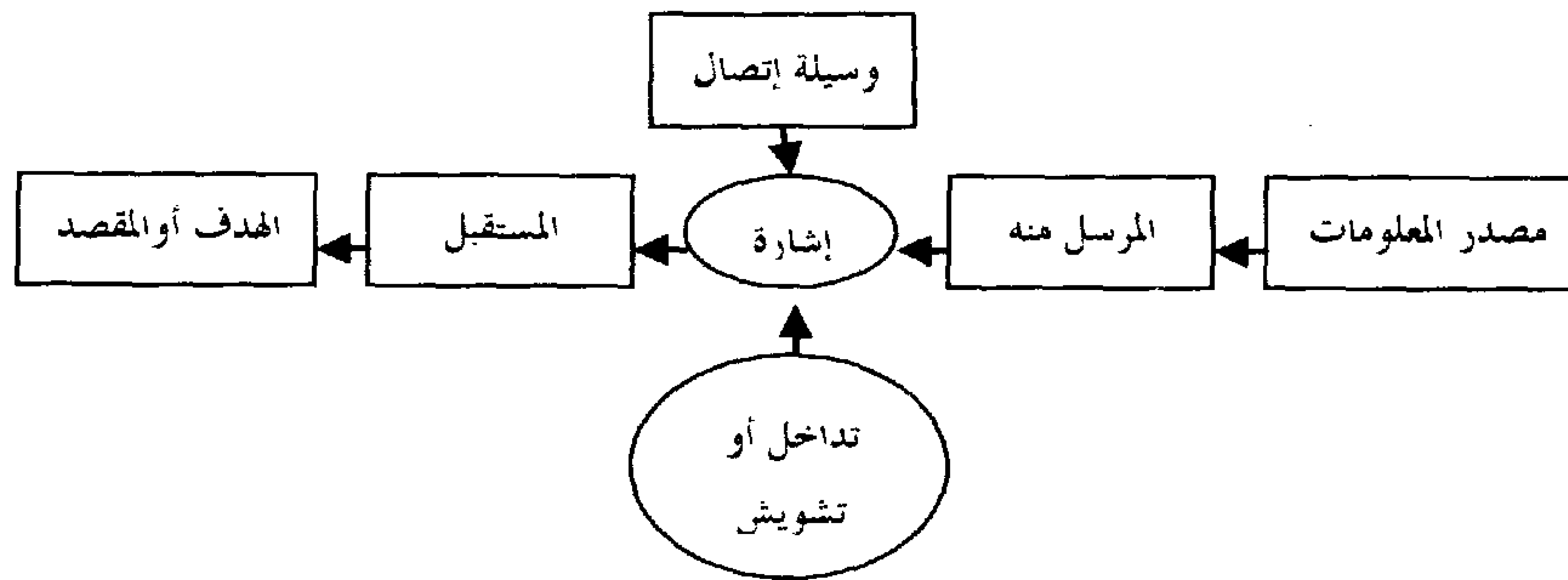
يشير هذا المصطلح إلى المعاكسات التي تصدر عن الجنس الذكري نحو الجنس الأنثوي في مكان العمل ، وتأخذ هذه المضايقات شكلين هما : الأول سلوكات أو ألفاظ تصدر عن الرجال نحو زميلاتهم من النساء لجذب إهتمامهن وتكون غير مقبولة أو غير مرغوبة منهن . أما الشكل الثاني فيأخذ شكل عملية إبتزاز تصدر من الرؤساء المباشرين نحو مرؤوسيهم من النساء ، حيث يربطون نتائج تقييم أدائهن ومعاملتهن بمدى مسايرتهن لهم في أمور غير أخلاقية .

103-Shadow Prices أسعار الظل

مقدار الزيادة أو النقص في دالة الهدف (أعلى ربح أو أقل تكلفة) لأحد الموارد النادرة ، ويحدث نتيجة زيادة أو إنقاص الكمية المتاحة من هذا المورد بوحدة واحدة ، سوف يترتب على ذلك زيادة الربح بمقدار معين الذي يسمى بسعر الظل .

104-Shannon &Weaver Communication Model نموذج "شانون وويفر" عن الإتصال

يرى كل من "شانون وويفر" أن عملية الإتصال عملية مكونة من العناصر الموضحة في الشكل التالي :



وأكد أن فاعلية الإتصال في تحقيق هدفه تتوقف إلى حد كبير على إزالة عناصر التشويش التي قد يكون مصدرها المرسل ، أو وسيلة الإتصال ، أو المستقبل .

105-Shared Vision Learning تعلم الرؤية المشتركة

يعتبر أحد مكونات برنامج التعلم المستمر المعاصر الذي تستخدمه المنظمات لدعم عمليات التنمية البشرية لديها . بموجبه يعلم المتدرب كيف يفهم ويدرك المسائل العامة في المنظمة ، وكيف يكون ملتزماً حيالها ، وكيف أنه مسؤول هو والآخرون عن تحقيق طموح المنظمة المستقبلي ، والتقيد برسالتها وثقافتها التنظيمية .

106-Sheep –Dip Training تدريب قطيع الغنم (العام)

تدريب يشمل جميع العاملين في المنظمة دون تحديد إحتياجاهم التدريبية ، وبغض النظر عن ما إذا كانوا يحتاجون لتدريب أم لا .

107-Shift Differential Compensation تعويض الإختلاف في وردية العمل

مبلغ من المال يدفع للعاملين كتعويض إضافي على رواتبهم وأجورهم ، وذلك لقاء عملهم في وردية العمل الثانية (المسائية) ، لأنها في الغالب غير محببة لنفوس معظم العاملين . وهذا التعويض أو العلاوة تكون على شكل نسبة مئوية من الراتب أو الأجر الأساسي للفرد .

108-Shipment on Deck الشحن على سطح الباخرة

تشحن البضاعة بموجب هذا النوع من الشحن عن طريق وضعها على سطح الباخرة في أماكن مخصصة دون وضعها داخل عنابرها .

109-Shipping Point — نقطة الشحن

هي المكان المتفق عليه بين البائع والمشتري ، الذي منه ستتم عملية شحن البضاعة التي إشتراها المشتري .

110-Shoebox (1) Plus Computer Program — برنامج صندوق الأحذية الحاسوبي

برنامج حاسوب شخصي يمكن للفرد إستخدامه في تنظيم مواعيده لفترة زمنية قادمة ، حيث يعطي البرنامج جدول المواعيد ليقوم بتنظيمها وإظهارها على شاشة الحاسوب الشخصي . فإذا أردت أن تحدد موعداً مثلاً لفترة زمنية قادمة ، بإمكانك إدخال الموعد للحاسوب ، الذي يقوم بالبحث ضمن جدول المواعيد المسجلة أو المخزنة لديه ، عن فسحة أو موعد يظهره لك على الشاشة بلحظات .

111-Shop Floor Workers — عمال قاعدة الهرم التنظيمي

هم عمال الإنتاج ومنفذو الأعمال الفنية والمكتبية في المنظمة ، أي أنهم منفذون فقط ، ولا يمارسون أعمالاً رئاسية إدارية ، ولا يمتلكون سلطة الأمر وصنع القرارات .

112-Shopping Goods — سلع التسوق

ويسميها بعضهم بالسلع الإنتقائية ، وهي التي يفاضل ويقارن بينها المستهلك (المشتري) قبل شرائها، وسعرها يكون مرتفعاً نسبياً ، وإستهلاكها يستغرق وقتاً طويلاً أي لا يتكرر شراءها خلال فترات زمنية قصيرة ، وهامش ربحها عالي نسبياً ، مثل الأدوات الكهربائية المنزلية ،والسيارات ، والتلفاز ...الخ .

113-Short Contracting System — نظام التعاقد المختصر

يستخدم هذا النظام في مجال وظيفة الشراء ، ويخص عمليات شراء المواد التي يتكرر شراءها خلال فترات زمنية قصيرة ولمدى زمني طويل . وبموجبه يتم الإتفاق بين الشاري والبائع على أن يورد الثاني للأول كمية كل فترة دون إجراء تفاوض بينهما كل مرة ، فالتفاوض يتم أو يجري لمرة واحدة في بداية الإتفاق ، وشروطه لا تتغير بل تكون سارية المفعول أي مستمرة . والهدف من هذا النظام للمواد المتكرر شراؤها ، إختصار نفقات التفاوض والنفقات الإدارية .

114-Short Line of Authority — قصر خط السلطة

هوأحد مبادئ الإدارة ، ويشير إلى ضرورة تقصير خط السلطة بين قمة الهرم التنظيمي وقاعدته ، لتحقيق السهولة والسرعة والفاعلية في الإتصال ، ولتكون الرقابة أكثر فاعلية ، ولتصل الأوامر والمعلومات ...الخ في الوقت المناسب .

115-Short Selling at Financial Market — البيع على المكشوف في السوق المالي

هي عملية بيع لأوراق مالية من قبل مستثمر لا يملكها ، وتتم هذه العملية عن طريق قيام المستثمر بإقتراض أوراق مالية من مالك هذه الأوراق لقاء دفع فائدة له ، ويتعهد بإرجاعها له خلال فترة زمنية محددة . وبعد إقتراضها يقوم ببيعها وينتظر لحين إنخفاض سعرها في السوق المالي ، فإذا إنخفض السعر يقوم بشراء نفس الأوراق بسعرها المنخفض ، ويعيدها إلى مالكها الذي إقترضها منه وإنهاء مركزه المكشوف لدى المالك المقترض . في هذه الحالة يكون المستثمر قد حقق ربحاً هو الفرق بين سعر بيعه للأوراق بعد إقتراضها من مالكها ، وسعر شرائه لها بعد إنخفاض سعرها . يتضح من ذلك أن هذا المستثمر على المكشوف يقترض أوراقاً مالية من الغير ليتاجر بها لحسابه لقاء دفعه فائدة عنها لملاكها ، وتحمل مخاطر إستثمارها التي تتمثل بعدم إنخفاض سعرها بعد بيعه لها .

116-Short-Term Hiring — الإستخدام لمدى زمني قصير

ويسميه بعضهم بالإستخدام المؤقت ، أي تعيين قوى عاملة في المنظمة لفترة محدودة من الزمن ، بسبب زيادة عبء العمل لديها كالأعمال الموسمية ، حيث بانتهاء الموسم أو فترة زيادة ضغط العمل يتم الإستغناء عنها .

117-Short-Term Planning — تخطيط قصير الأجل

يمثل الحلقة الأخيرة في سلسلة التخطيط الزمنية التي تتكون من : التخطيط الطويل الأجل ، والمتوسط والقصير ، ويتصف بما يلي :

- يغطي فترة زمنية قصيرة تكون في العادة سنة وأقل .
- لا توجد فترة زمنية نمطية يغطيها خلال السنة ، حيث يخضع تحديدها وفقاً لظروف المنظمة الخاصة وظروف البيئة المحيطة بها .
- يتناول تفاصيل الأعمال التي ستنفذ في الأجل القصير ، أي أنه تخطيط تشغيلي إجرائي .
- هو إمتداد للتخطيط المتوسط الأجل .

118-Shorten Work — العمل المُقَصَّرْ

يقصد به تقصير زمن العمل اليومي الرسمي أو تخفيض عدد أيام العمل الأسبوعية ، فبدلاً من أن يكون عدد ساعات العمل اليومية /8/ ساعات تصبح /7/ ساعات أو أي عدد آخر . وبدلاً من أن تكون عدد أيام العمل الأسبوعية /6/ أيام تصبح /5/ أيام . والغاية من ذلك تخفيض التكاليف ، وتعتبره بعض المنظمات كبديل عن تسريح العمال الفائضين عن حاجتها .

119-Sick Leave — إجازة مرضية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Medical Leave

إجازة طبية

120-Sick Building Syndrome — بناء المصنع المسبب لإنتشار الأمراض

يشير هذا المصطلح إلى بناء المصنع الذي يفتقر للمناخ الصحي ، بسبب سوء التهوية فيه وعدم دخول الشمس والضوء الطبيعي إلى داخله والناتج عن تصميمه الهندسي غير الجيد . مثل هذا المصنع يسبب إنتشار الأمراض المعدية لدى العاملين فيه (الحمات الراشحة) أو الناتجة عن طبيعة العمل والإنتاج . إن التوجه الحديث في مجال إدارة العمل في المنظمات ، يعتبر التصميم الهندسي الجيد لبناء المصنع (الذي يسمح بتجديد الهواء فيه ودخول الشمس والضوء الطبيعي) جزءاً أساسياً من جهود برامج السلامة والصحة المهنية في المصانع .

121-Sickness Benefit — الإعانة الطبية كميزة وظيفية إضافية

إحدى المزايا الوظيفية التي تمنحها المنظمات للعاملين لديها وتأخذ أشكالاً متعددة منها :

- تقديم العلاج الطبي مجاناً للمرضى من العاملين ، عن طريق التعاقد مع شبكة طبية من الأطباء والمستشفيات والصيدليات لتقديم الخدمة الطبية والدواء مجاناً .
- المساهمة في تغطية جزء من نفقات العلاج الطبي والجزء المتبقي يدفعه العاملون .
- دفع نفقات العلاج الطبي كاملة بإستثناء بعض الأمراض ، كالأسنان ، والعيون وغيرها .
- شمول الإعانة الطبية لجميع أفراد العائلة .
- شمول الإعانة الطبية لعدد من أفراد العائلة .

122-Sight Bill of Exchange — كمبيالة الإطلاع

كمبيالة يستحق دفعها بمجرد تقديمها أو وضعها في التحصيل .

123-Sign Language Communication — الإتصال بلغة الإشارة

أحد أدوات الإتصال غير اللفظي ، حيث يتم الإتصال بإستخدام مجموعة من الحركات أو الإشارات عن طريق اليدين أو الضوء . فالإتصال ونقل المعلومات للصم والبكم ، وكذلك توجيه الطائرات على مدارج المطارات قبل إقلاعها وبعد هبوطها ، تتم جميعاً عن طريق حركات اليدين . وأيضاً يستخدم الضوء بحركات معينة تدعى "السيمافور " لنقل معلومات معينة بين السفن في البحار أو على البر ليلاً . وتستخدم حركات اليدين أحياناً من قبل المحاضرين والمدربين للإشارة إلى بعض المعلومات أو تأكيدها .

124-Silent Partner — الشريك الصامت

شخص لديه مشروع ويعمل في مجال أو حقل معين وفي الوقت نفسه يقوم بإستثمار جزء من أمواله في مشروع آخر يعمل بنفس المجال حيث يمتلك حصة فيه ، لكنه لا يساعد مالك المشروع ومؤسسه في إدارته اليومية ، إنما يطلع على نتائج أعماله ، ويسهم في صنع القرارات الرئيسة الإستثمارية والهامة فيه .

125-Similar-to-me- Error — خطأ التشابه معي في التقييم

خطأ يقع فيه الرؤساء عند تقييم أداء مرؤوسيهم ، حيث يعطون تقديرات عالية للمرؤوسين الذين فيهم صفات أو خصائص أو سلوكات مماثلة لبعض الصفات والسلوكات الموجودة لديهم . كأن يكون الرئيس ومن يقيمه من بلدة واحدة ، أو متخرجان من كلية وجامعة واحدة ، أو إسمهما واحد ، أو بنفس الطول ...الخ .

126-Similarity Rating Error — خطأ التشابه في التقييم

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Similar – to me – Error

خطأ التشابه معي في التقييم

127-Simple Average Method — أسلوب المتوسط البسيط

هو أحد أساليب التنبؤ المستخدمة في مجال التنبؤ بحجم المبيعات ، ويقوم على أساس حساب المتوسط الحسابي لرقم المبيعات في السنوات الماضية ، هذا المتوسط يمثل رقم المبيعات المرتقب أو المتوقع . فعلى سبيل المثال إذا كان حجم المبيعات في السنوات الماضية على النحو التالي :

السنة :	2009	2010	2011	2012	المجموع
رقم المبيعات:	2500	4500	6000	7000	20000

المتوسط الحسابي : $\frac{20000}{4}$ = 5000 وحدة تمثل حجم المبيعات المتوقع لعام 2013 الذي يجب توفيره وتجهيزه للبيع .

128-Simplex Method — أسلوب السيمبليكس

أحد نماذج البرمجة الخطية الكمية التي تستخدم في مجال صنع القرارات وحل المشاكل الإدارية وخاصة في مجال الإنتاج ، حيث يعتبر هذا الأسلوب أداة رياضية وبيانية يمكن تطبيقها في إستخدام وإستغلال الموارد المتاحة في أقسام الإنتاج في المنظمات الصناعية التي تقوم بإنتاج أكثر من منتج واحد ، حيث تحتاج إلى صنع قرار إنتاجي يحدد لها الكمية الواجب إنتاجها من كل منتج ، لتحقيق أعلى ربح ، بإستخدام الموارد المتاحة أفضل إستخدام ، بما يسهم إسهاماً فعالاً في تعظيم ربحيتها . إذاً يمكن القول أن هذا الأسلوب يساعد رياضياً على تحديد المزيج الكمي الإنتاجي الأمثل الذي يحقق أعلى ربح وأدنى تكلفة .

129-Simulation | **المحاكاة (التقليد)**

ويسميه بعضهم بأسلوب النماذج المصطنعة ، ويقوم على مفهوم أساسي هو تصميم نموذج مطابق لما هو في الواقع ليتم التدريب أو العمل عليه كنموذج إختبار .

130-Single Point Electronic Contact | **الاتصال عن طريق النافذة الإلكترونية الواحدة**

هو تطور تقني في مجال الإتصال وتنفيذ الأعمال في المنظمات عامة ، وبشكل خاص المنظمات الحكومية ، الغاية منه تسهيل وتسريع إنجاز الأعمال ، فعن طريق الربط الشبكي بين الأجهزة الحكومية وجعل المعلومات متاحة لدى الجميع (الإدارة الرقمية) في هذه الأجهزة ، لم يعد المواطن أو الزبون الذي يريد إنجاز معاملته ، أن يطوف على عدد من الأجهزة أو الإدارات ذات العلاقة من أجل إنهائها ، إذ بإمكانه مراجعة الجهاز الأساسي المعني بالأمر وتقديم معاملته له ، ليقوم هذا الجهاز (ومن خلال الربط الشبكي والمعلومات المتاحة لدى الجميع) بإنجاز معاملته لدى الأجهزة المعنية . هذا يعني أن صاحب المعاملة يضعها في جهاز واحد ويستلمها من نفس الجهاز بعد إنجازها له ، دون الحاجة لطوافه على الأجهزة ذات العلاقة بالمعاملة .

131-Sinking Fund Account of Bonds | **حساب مخصص إستهلاك (أو إطفاء) السندات**

هو الحساب الذي تخصصه الشركة التي أصدرت سندات ، من أجل دفع قيمتها في مواعيد إستحقاقاها .

132-7.S.Internal Environment Analysis Approach | **مدخل (S) سبعة في تحليل بيئة المنظمة الداخلية**

عملية يتم من خلالها جمع معلومات عن مكونات المنظمة من أجل تحليلها ، ويسمى هذا التحليل بالتحليل التنظيمي لهذه المكونات ، التي تبدأ جميعها بحرف (S) باللغة الإنكليزية ، وذلك لمعرفة جوانب القوة والضعف فيها ، كخطوة أولية في عملية الإصلاح والتطوير ، ومن ثم تحسين أداء وفاعلية المنظمة . وهذه المكونات السبع مايلي :

- الهيكل Structure .
- الهيئة Staff .
- الإستراتيجية Strategy .
- نمط الإدارة Style of Management .
- الأنظمة والإجراءات Systems and Procedures .
- المهارات البشرية Skills .
- القيم المشتركة بين العاملين (ثقافة المنظمة) Shared Values .

التدريب بالجلوس بجانب المتدرب 133-Sitting by Trainee Training

يعتبر هذا التدريب أحد أساليب التدريب التقليدية التي تتم أثناء العمل ، فالمدرب هنا هو أحـد زمـلاء المتدرب في نفس مكان العمل الذي يمتلك خبرة ومهارة عالية وطويلة ، ليتعلم منه المتدرب كيف يـؤدي العمل بشكل صحيح وبكفاءة . لا شك أن هذا الأسلوب عملي وجيد ، لكن لا نضمن أن يعطي المدرب الزميل زميله المتدرب كل ما عنده من خبرة ومهارة وأسرار العمل ، خوفاً من أن ينافسه مستقبلاً .

المقابلة الموقفية 134-Situational Interview

إحدى أنواع المقابلات التي تُستخدم في إختيار العاملين وبشكل خاص الرؤساء . بموجبها يوضع الفـرد الذي تجري مقابلته في موقف حساس ومحرج ، لمعرفة التصرف والسلوك الذي سيؤديه في معالجـة هـذا الموقف ، حيث تقيم المعالجة لتحديد في ما إذا نجح الفرد في التعامل معه أم لا ، ويكون الموقف عادة ذو علاقة بطبيعة عمله .

نظرية القيادة الموقفية 135-Situational Leadership Theory

هي إحدى نظريات القيادة الإدارية التي إستُمد مفهومها من مفهوم الإدارة الموقفية التي تقول : "بأن الإدارة هي إدارة موقف" . وعليه توضح نظرية القيادة الموقفية ، أنه لا يوجد سلوكاً قيادياً وإشرافياً معيناً يمكن أن يستخدمه القائد في كل المواقف والأوقات ، ففي موقف ما قد يجد أن النمط الديموقراطي في الإدارة والإشراف هو الأنسب في أسلوب قيادته ، في حين أنه في موقف وظرف آخر لا يناسبه هذا الأسلوب ، بل يناسبه النمط الديكتاتوري . لذلك يتوجب على القائد أن يكيف نفسه مع الظروف والمواقف التي يواجهها ، وأن يكون على درجة عالية من المرونة، ليتمكن من ملاءمة نفسه مع المواقف المتغيرة . يتضح إذاً أن القائد الموقفي هو الذي يجمع بين صفاته وخبرته القيادية وسلوكه الذي يتحدد بناء على متطلبات الموقف الذي يواجهه .

نظرية الإدارة الموقفية 136-Situational Management Theory

تقوم هذه النظرية على مفهوم أساسي مفاده : أنه لا توجد طريقة أو نظرية مثلى تطبق في جميع المنظمات، ولا يوجد أسلوب أو طريقة أفضل من طريقة أخرى ، أو أسلوب أفضل من أسلوب آخر ، ولا يوجد شيء أمثل في الممارسة الإدارية يمكن إتباعه في كافة المواقف والظروف ، وفي كل زمان ومكان . ويعود السبب في ذلك إلى أن لكل منظمة ظروفها الخاصة ، ولكل موقف يواجهه المدير ظروف خاصة به تختلف عن موقف آخر ، وما يناسب موقف ما الآن قد لا يناسب نفس الوقف في زمان آخر ، نتيجة تغير الظروف المحيطة به ، فالناس يتغيرون ، والظروف البيئية داخل المنظمة وخارجها تتغير وبإستمرار أيضاً ، وأن فاعلية الطريقة أو الأسلوب يحكمها الظروف والمواقف . في ضوء ماتقدم نجد أن المديرين بحاجة لكل

ما قدمته مدارس الفكر الإداري من مفاهيم وأسس ومبادىء ونظريات وأساليب إدارية ، وعليهم أن يلموا بها ، وأن يختاروا منها ما يتناسب مع ظروف المنظمة التي يعملون فيها ، والظروف المحيطة بالمواقف التي يواجهونها .

137-Six Hats of Thinking **قبعات التفكير الست**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Thinking Maps

خرائط التفكير

138-Skill **مهارة**

هي الحذق أو البراعة في أداء العمل ، وتُكتسب عن طريق تكرار ممارسته لفترة زمنية طويلة ، وعن طريق التدريب أيضاً ، فقيادة السيارة والنجارة والحدادة ..الخ جميعها أعمال تحتاج إلى توفر مهارة لدى من يعمل فيها ، وكلما طال زمن الممارسة للعمل زاد أو إرتفع مستوى المهارة . إذاً يمكن القول أن المهارة هي فن ومعرفة وممارسة وخبرة ، تترجم على شكل عمل يؤديه صاحبها فيحقق أفضل النتائج ، وبالتالي فهي تعبر عن المقدرة على الأداء بطريقة بارعة تتحقق من خلالها المنفعة .

139-Skill Analysis Method **أسلوب تحليل المهارة**

طريقة تستخدم في مجال تقييم الوظائف من أجل تحديد الرواتب والأجور ، وهي عملية منظمة يتم بموجبها جمع معلومات عن طبيعة وأسلوب أداء الوظائف ، والمعرفة والإلمام المطلوبين لأداء كل منها ، حيث في ضوء هذه المعلومات ، يجري تحديد المهارات المطلوبة لأداء كل وظيفة التي يجب أن تتوفر في شاغلها .

140-Skill-Based Pay **المهارة أساس لدفع الرواتب والأجور**

مدخل حديث يُستخدم في مجال دفع الرواتب والأجور للعاملين في المنظمات وبشكل خاص للعمال الصناعيين والفنيين ، فمعايير الدفع بموجب هذا المدخل ، هو ما يمتلكه الفرد من مهارات في الوقت الحاضر ، وما يكتسبه من مهارات مستقبلاً تخص وظيفته الحالية أو وظائف أخرى في المنظمة تفيد العمل فيها ، فزيادة الأجر هنا مرتبطة بما يتعلمه ويكتسبه الفرد من مهارات مع مرور الزمن ، ذلك لأن كل مهارة لها مبلغ محدد يُدفع للفرد عندما يتعلمها أو يكتسبها . ويفيد هذا المدخل في أنه يشجع العمال والفنيين على إكتساب المهارات الجديدة ، بما يحقق المرونة في قوة العمل ، بحيث يكون بإمكان الفرد الواحد العمل في أكثر من عمل أو وظيفة .

141-Skill Depth – Based Structure Pay **هيكل الرواتب والأجور على أساس عمق المهارة**

أحد المداخل المستخدمة في تصميم هيكل الرواتب والأجور ، بموجبه يتم إعداد جدول بالوظائف التي يراد تصميم هيكلها ، ويحدد بجانب كل منها المهارة الأساسية المطلوبة لشغلها . فوظيفة سائق مثلاً يتطلب شغلها أن يكون لدى شاغلها رخصة قيادة سيارة رسمية والتي على أساسها يجري تعينه ، ويزداد راتب السائق مع زيادة قدمه الوظيفي ، على أساس أن القدم يزيد من المهارة نتيجة ممارسة العمل بشكل مستمر. نجد إذاً أن زيادة الراتب مرتبطة بزيادة (أو عمق) المهارة والخبرة في الوظيفة .

142-Skill Inventory Table — قائمة جرد المهارات

قاعدة بيانات محوسبة توفر معلومات كاملة عن جميع العاملين في المنظمة (أسماؤهم ، مؤهلاتهم العلمية ، خبراتهم ومهاراتهم ، تاريخ تعينهم ، ترقياتهم ، نتائج تقييم أدائهم ...الخ) حيث يمكن الإعتماد على هذه المعلومات في عمليات الترقية ، ومنح المكافآت ، والترشيح لدورات تدريبية ، والنقل الوظيفي الأفقي ....الخ .

143-Skill Obsolescence — تقادم المهارة

تصبح المهارة قديمة عندما لا يُدخل صاحبها عليها تجديد أو تحديث عن طريق الإطلاع على الجديد فيها وتعلمه ، وإهماله لمسألة التنمية بكافة أشكالها ، فمع مرور الزمن تصبح المهارة متقادمة لا تتماشى مع التطور الحاصل فيها .

144-Skill Test — إختبار المهارة

يهدف هذا الإختبار إلى تحديد درجة المهارة والإتقان والسرعة وقلة الأخطاء في أداء عمل معين لدى الفرد الذي يجري إختباره ، ويتم ذلك من خلال تجربة الأداء ، حيث يطلب من الفرد المُختبر أداء ذات العمل الذي سيؤديه في الواقع العملي ، فإذا أدى العمل بجدارة وكفاءة وبأخطاء لا تذكر ، معنى ذلك أن لديه المهارة اللازمة لأدائه .

145-Skills Disruption — تمزق المهارات

مصطلح إستخدم في التسعينات ليعبر عن تغير طبيعة نوعية المهارات البشرية المطلوبة للعمل داخل المنظمات آنذاك وفي الوقت الحاضر ، فقد إستوجب التطور التكنولوجي الحديث الذي أُدخل لميادين العمل في هذه المنظمات بشكل عام والصناعية بشكل خاص ، ضرورة إستخدامها لنوعية جديدة من المهارات والإستغناء عن القديمة ، لتتمكن من التفاعل مع هذا التطور التقني المتنوع السريع . مما تقدم يعبر هذا المصطلح عن مفهوم يشير إلى ضرورة تحول مهارات العاملين القديمة إلى مهارات جديدة يتطلبها التطور التكنولوجي ، وذلك لتتمكن المهارات البشرية الجديدة من التعامل مع وإستخدام تكنولوجيا العمل الجديدة ، وبالتالي فالتمزيق هنا يعني تغيير هيكلة المهارات البشرية القديمة وإستبدالها بهيكلية جديدة يتطلبها

التطور التقني ، فعلى سبيل المثال أصبح الآن مطلوب موارد بشرية ليست ماهرة فحسب ، بل متعددة المهارات .

146-Slack Season فصل الركود

يمثل فترة زمنية خلال السنة يقل فيها الطلب على السلعة أو الخدمة ، فالطلب على الخدمة الفندقية في المصايف والمنتجعات مثلاً تقل في الشتاء مقارنة بفصل الصيف ، وكذلك الطلب على شراء أدوات الصيد المائي والبري ينخفض أيضاً في فصل الشتاء .

147-Sleeping Partner الشريك الصامت (النائم)

مصطلح يطلق على الشريك الموصي في شركات التوصية البسيطة الذي تنحصر مسؤوليته وإلتزامه المالي بمقدار حصته في رأس المال فقط ، وبالتالي فإذا أفلست الشركة لا تطال ديونها وإلتزاماتها المالية أمواله الخاصة ، ولا تترتب عليه أية مساءلة قضائية ، لذلك فهو مرتاح نفسياً وفكرياً ، وبالمقابل تحرمه القوانين من حق إدارة الشركة .

148-Sliding Scale Portfolio محفظة الأوراق المالية ذات الإنزلاق التدريجي

طبقاً لهذا النوع من المحافظ الإستثمارية ، يتم شراء نسبة معينة من الأوراق المالية إذا إرتفع مؤشر السوق نقطة واحدة ، وبالمقابل تباع نسبة معينة من أوراق المحفظة إذا إنخفض المؤشر نقطة واحدة .

149-Slotting Fees رسوم تجار التجزئة

مبلغ من المال متفق عليه مسبقاً يتقاضاه تجار التجزئة من منتجي السلع أو تجار الجملة لقاء قيامهم بتسويق وبيع منتجهم الجديد ، على إعتبار أن المنتج الجديد غير معروف ويحتاج إلى جهد تسويقي إضافي ، وتجميد مبلغ من المال على شكل مخزون سلعي لديهم لحين بيعه .

150-Slowdown Strike إضراب تخفيض وتيرة العمل

أحد أشكال الإضراب العمالي ، بموجبه لا ينقطع العمال عن عملهم في المنظمة ، بل يباشرون أعمالهم فيها كالمعتاد ، لكن لا يعملون بكامل طاقتهم الإنتاجية ، ولا يحققون معايير الإنتاج المطلوبة ، كوسيلة ضغط منهم (بإشراف النقابة) على أصحاب العمل ، لتلبية مطالبهم .

151-Sluggish Market سوق راكدة

يمثل ديمومة أو إستمرارية إنخفاض الطلب في السوق لفترة من الزمن لا يمكن تحديدها ، ويكون على عدة مستويات :

- على مستوى السلعة الواحدة (أو الخدمة) .
- على مستوى عدد من السلع .

- على مستوى جميع السلع الموجودة في السوق عامة .

ويكون هذا الركود عادة مرتبطاً بالحالة الإقتصادية العامة ، التي ينعكس تأثيرها على جميع السلع والأسواق ، فالركود الإقتصادي يخفض من حجم الطلب على غالبية السلع والخدمات .

152-Small Business مشروع أعمال صغير

وحدة إقتصادية صغيرة الحجم ، لها هدف محدد تسعى إلى تحقيقه ، وتعمل ضمن مجال إنتاجي أو خدمي محدد أيضاً ، رأس مالها صغير ، وعدد ملاكها شخص أو عدة أشخاص أحياناً يكونوا من العائلة أو الأصدقاء . مالكها هو الذي يدير ويسير العمل فيها ويصنع القرارات ومسؤوليته عن نشاطها غير محدودة، وعدد العاملين فيها قليل ، وتنتج سلعة أو خدمة واحدة ، وتشكل النسبة العظمى من عدد المشروعات الإجمالي في جميع الدول ، حيث تعتمد إقتصاداتها عليها ، لقدرتها على توفير حاجات المشروعات الكبيرة والمتوسطة من المواد والمستلزمات وتوفر فرص عمل كثيرة جداً .

153-Small Business Owner / Manager مالك / مدير المشروع الصغير

هو الشخص الذي يؤسس المشروع الصغير ويوفر له إحتياجاته من التمويل المالي ، وهو الذي يديره ويسير أعماله ويراقبها ويتابعها ، من أجل تحقيق أهداف شخصية خاصة به . ويمثل المشروع مصدر دخله الأساسي ، ويستهلك غالبية وقته ، ويعتبره جزءاً من كيانه الإقتصادي ، والإجتماعي ، والشخصي . وتجدر الإشارة هنا إلى أن هذا التعريف سيختلف نوعاً ما في ما إذا كان مالك المشروع الصغير ليس هو من يديره ، حيث يعهد إلى شخص محترف لإدارته .

154-SMART مواصفات الهدف الجيد

يشير كل حرف من حروف هذا المصطلح إلى أحد الشروط التي يجب أن تتوفر في الهدف الجيد وفيما يلي معنى كل حرف :

- أن يكون الهدف محدداً Specified .
- أن يكون الهدف قابلاً للقياس Measurable .
- أن يكون الهدف مقبولاً ضمن إستراتيجية المنظمة Acceptable .
- أن يكون الهدف واقعياً أي يمكن تحقيقه Realistic .
- أن يكون للهدف مدة زمنية محددة لإنجازه أي إطار زمني Time Framed .

155-Smart Terminals الشاشات الطرفية الذكية

حاسبات إلكترونية تعمل كمحطات عمل شخصية ذات قدرة على المعالجة الآلية للمعلومات ، وبإمكان هذه الحاسبات أن تنقل المعلومات المخزونة لديها إلى حاسب مركزي أو بالعكس .

156-Social Class **طبقة اجتماعية**

قسم أو شريحة أو فئة من أفراد المجتمع تتصف بصفات وخصائص واحدة ، حيث نرى سلوكها وطباعها وتصرفاتها في المجتمع متقارب جداً .

157-Social Cohesiveness **التماسك الإجتماعي**

صفة إيجابية تميز المنظمة ، أو جماعة العمل الفعالة ، أو فريق العمل الفعال ، وتعني ترابط وتلاحم أعضاؤها وتعاونهم وتكاتفهم معاً لإنجاز العمل وفق المطلوب ، وحبهم لبعضهم بعضاً ، حيث ينصهرون جميعاً في نسق إجتماعي واحد مترابط .

158-Social Goods **السلع الإجتماعية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Public Goods

السلع العامة

159-Social Identify Theory **نظرية تحديد الهوية الإجتماعية**

تقوم هذه النظرية على فرضية أساسية مفادها : يسعى الإنسان الطبيعي إلى تحقيق صورة إيجابية وإنطباع حسن لنفسه لدى الآخرين الذين تربطه معهم علاقات مباشرة وغير مباشرة والمحافظة عليها ، وذلك من خلال تبنيه لسلوكات وإتجاهات تتماشى معهم .

160-Social Intelligence **الذكاء الإجتماعي**

هو التوازن بين الإدراك وبين النضج العاطفي ، فالإدراك هو فهم وإستيعاب ومعرفة ما يحتاجه الآخرون، أما النضج العاطفي ، فهو القدرة على التحكم بالنفس والسيطرة على العواطف في التعامل مع الآخرين . والذكاء الإجتماعي هي إحدى صفات القيادة الإدارية والمدير الناجح .

161-Social Interaction **التفاعل الإجتماعي**

عملية إتصال تتم بين الأعضاء العاملين في المنظمة ، فتحدث بينهم تبادلاً للأفكار والقيم والعادات والإتجاهات والمشاعر ، مما يسهم في تطوير علاقات إجتماعية وإنسانية في ما بينهم ، فالتفاعل الإجتماعي الإيجابي الذي يحدث داخل المنظمات يساعد على عيش العاملين مع بعضهم بعضاً في جماعات وفرق عمل متآلفة متفاهمة متماسكة . ويعد التفاعل الإجتماعي في الوقت الحالي ظاهرة سلوكية تحاول المنظمات تنميتها وتقويتها ، لجعل المنظمة عشيرة واحدة تعمل بشكل منسجم ومتناغم ، كما فعلت ذلك المنظمات اليابانية عبر العديد من السنوات الماضية .

162-Social Marketing **التسويق الإجتماعي**

يقوم مفهوم التسويق الإجتماعي المعاصر على ثلاث ركائز أساسية هي ما يلي :

- البيئة هي مصدر العطاء يجب المحافظة عليها وحمايتها .
- المجتمع هو أساس البقاء فلولا قبوله لما قامت المنظمة ، لذلك يجب إحترامه وتقديم النفع له والإبتعاد عن كل شيء يضر به ، والعمل على تطويره .
- المستهلك (الزبون) هو أساس نجاح وربحية المنظمة ، وبالتالي يجب العمل على إشباع حاجاته ورغباته بأمانة وإخلاص وإدخال السعادة إلى نفسه وإعتباره شريكاً ، أي إشراكه في تقرير بعض جوانب المزيج التسويقي .

163-Social Mobility **الحركية الإجتماعية**

تنقسم المجتمعات عادة إلى طبقات أو فئات إجتماعية تتدرج صعوداً من الأدنى للأعلى ، والطبقة الواحدة تضم أفراداً يتصفون بخصائص إجتماعية ذاتها . وبالتالي فالحركية الإجتماعية تعني إنتقال الفرد بين الطبقات الإجتماعية إما صعوداً أو هبوطاً وفق متغيرات متعددة تختلف من مجتمع لآخر .

164-Social Needs **الحاجات الإجتماعية**

خُلق الإنسان بالفطرة إجتماعياً أي يعيش ضمن جماعات إنسانية ، وكونه كذلك فلديه حاجات إجتماعية يسعى لإشباعها منها على سبيل المثال : الحب ، الصداقة ، الإنتماء ، القبول من الآخرين .

165-Social Order **الترتيب الإجتماعي**

أحد مبادئ الإدارة " لفايول Fayol " الذي بموجبه يتم تحديد مكان معين ومحدد لكل من العاملين في المنشاة ، بحيث يكون معروفاً مكان عمل وتواجد كل فرد في المنظمة . ويقضي هذا الترتيب أن يكون هذا المكان مناسباً للفرد ومريحاً له .

166-Social Perception **الإدراك الإجتماعي**

يشير معنى هذا المصطلح إلى الكيفية التي يدرك من خلالها الناس لبعضهم بعضاً ، أي كيف يفهم الإنسان الآخرين . ويتوقف هذا الإدراك على خصائص الفرد الإدراكية ، فمعرفة الشخص وإدراكه لذاته بشكل موضوعي يسهل عليه فهم الآخرين وبشكل موضوعي أيضاً .

167-Social Personality **شخصية إجتماعية**

صاحب هذه الشخصية يحب التواصل والتعامل مع الآخرين ويسعى لأن يكون محبوباً ومحترماً من قبلهم، لذلك نراه عطوفاً ، ودوداً ، لطيفاً ، يعمل لكسب محبة وود الناس ، وبالتالي نجد معظم تصرفاته متوجهة نحو الصداقة مع الآخرين ومحاولة عدم إزعاجهم أو الإساءة إليهم .

168-Social Security **الضمان الإجتماعي**

برنامج أو خطة يتم بمقتضاها دفع تعويض لكل من يعمل في منظمات الدولة أو القطاع الخاص كراتب شهري عندما يتقاعد من عمله ، أو يصاب بمرض أو إعاقة جسدية تحول دون مزاولته للعمل . هذا البرنامج يصدر عادة بموجب قانون أو تشريع حكومي يلزم المنظمات التقيد بنصوصه . وقسط الإشتراك في الضمان يُغطى من قبل المنظمات والعاملين بنسب مئوية محددة ، وتفصيلات هذه البرامج تختلف من بلد لآخر . وتجيز بعض قوانين الضمان أن يُدفع للموظف أو العامل مبلغاً إجمالياً في نهاية خدمته بدلاً من الراتب الشهري .

169-Social Services Incentives **حوافز الخدمات الإجتماعية**

ويُطلق عليها بعضهم التعويضات أو الحوافز غير المباشرة ، بسبب أن الأفراد يحصلون عليها عن طريق غير العمل . ويقصد بحوافز الخدمات الإجتماعية تلك التي تشبع حاجات ذاتية لدى العاملين ، وتشعرهم أن الإدارة ترعى مصالحهم الشخصية ، وتساعدهم على حل مشاكلهم الخاصة .وتشمل الحوافز الإجتماعية خدمات تقدمها المنشأة للعاملين دون مقابل أو بمقابل بسيط ، وأهم هذه الخدمات ما يلي :

- توفير مستلزمات المعيشة عن طريق إنشاء جمعية تعاونية إستهلاكية في المنشأة ، يمكن للعاملين شراء إحتياجاتهم اليومية من خضار ولحوم وخبز ...الخ منها بسعر التكلفة .
- مساعدة العاملين على إيجاد المسكن المناسب .
- إنشاء صندوق للإدخار يساهم فيه العاملون والمنشأة ، وهذا الصندوق يمنح قروضاً وإعانات للعاملين في حالة المرض أو الزواج أو الولادة ...الخ .
- تقديم خدمات طبية للعاملين .
- تقديم خدمات ثقافية للعاملين عن طريق إنشاء مكتبة .
- تنظيم رحلات سياحية وحفلات إجتماعية ترفيهية .

170-Social Skill **المهارة الإجتماعية**

قدرة يمتلكها الإنسان تمكنه من التواصل والتفاعل الإيجابي مع الآخرين وبناء علاقة إيجابية معهم ، وتتكون من التوازن النفسي الداخلي وعدم التناقض ، والإحساس بالآخرين ، وإدراكهم ، وفهمهم والشعور بهم . ويحتاج هذه المهارة كافة المديرون في كافة المستويات الإدارية وموظفو العلاقات العامة بشكل خاص .

171-Social System School **مدرسة النظام الإجتماعي**

هي إحدى نظريات الإدارة تنسجم أفكارها إلى حد كبير مع أفكار المدرسة السلوكية ، ويعتبر المفكر الأمريكي "شستر بارنارد Chester Barnard " رائد هذه النظرية التي إعتمدت على علم النفس ،

والإجتماع مركزة على تكامل جماعات العمل في نظام إجتماعي تعاوني واحد متكامل ، تتغلب المنظمة بموجبه على القيود المادية المؤثرة في سلوك الأفراد . وعليه فهذه المدرسة ترى المنظمة على أنها نظام تعاوني يوجد بداخله أفراداً متحدين متعاونين ، تحدث بينهم إتصالات مستمرة ، ولديهم رغبة في تحقيق أهداف مشتركة لذلك ترى هذه النظرية :

- الإنسان العامل مخلوق إجتماعي قادر على التكيف ، وهو فرد يعمل ضمن جماعة عمل يتأثر بسلوكها .
- داخل التنظيم الرسمي يوجد تنظيمات غير رسمية يجب التعاون معها .
- المعاملة الإنسانية ضرورية للعاملين .
- الحوافز المادية إلى جانب المعنوية .
- القيادة ديموقراطية ويجب أن تكون مقبولة من المرؤوسين .
- صنع القرار محور العمل الإداري للمديرين ، ويجب مراعاة إنعكاسه على الجانب الإنساني في العمل .
- التخصص شيء أساسي في العمل دون المغالاة فيه .
- ضرورة توفر شبكة إتصالات لتسهيل التعاون والتفاعل بين العاملين .

التكيف الاجتماعي — 172-Socialization

برنامج عمل تصممه إدارة الموارد البشرية في المنظمات عادة ، من أجل تخفيف جوانب القلق والتوتر التي تصاحب الأفراد عندما ينضمون إلى بيئة عمل جديدة وعمل جديد ، من أجل جعلهم ينسجمون تدريجياً مع هذه البيئة الجديدة التي إنضموا إليها . وبالتالي فالتكيف الإجتماعي هو جزء من برنامج التأهيل الأولي ، الذي تعده المنظمات للعاملين الجدد الذي جرى تعيينهم لديها مؤخراً .

الإدارة الإجتماعية — 173-Sociological Department

إدارة أنشأها مؤسسة فورد (FORD) لصناعة السيارات عام 1900 في الولايات المتحدة الأمريكية ، وكانت مهمتها آنذاك وضع وتنفيذ سياسات أفراد خاصة بالعاملين لديها ، من أجل تحسين أوضاع العمال الصحية ، وظروف ومناخ العمل المادي داخل المصنع ، وتدريبهم ، والعناية بهم . لقد كان إنشاء هذه الإدارة إستجابة لظهور مفهوم تحسين أوضاع العمال في الصناعة "IndustrialWelfar" في كل من الولايات المتحدة الأمريكية ، وبريطانيا ، وألمانيا . لقد كان ذلك إعلان لمولد إدارة سميت بعد ذلك بإدارة الأفراد " Personnel Management " التي تطور مفهومها ودورها وتسميتها مع مرور الزمن إلى أن أصبح يطلق عليها مسمى إدارة المورد البشرية Human Resource Management في الوقت الحاضر.

174-Socio-Metric Scales **المقاييس السوسيومترية**

تعمل هذه المقاييس على قياس العلاقات الإجتماعية بين أعضاء الجماعات ، وذلك من خلال جمع بيانات ومعلومات تتعلق بالتفاعل الإجتماعي بين أعضاء الجماعة ، ومن ثم تحليلها وإستخلاص النتائج منها . فعلى سبيل المثال يُطلب من عضو الجماعة أن يرتبط بعلاقة أو يشترك في نشاط مع بعض أعضاء الجماعة التي ينتمي إليها يختارهم هو بنفسه ، ويوضح لماذا إختارهم ورفض الباقين .

175-Sociometric Work Group **جماعة عمل متوافقة إجتماعياً**

يشير معنى هذا المصطلح إلى جمع الأفراد الذين يرغبون في العمل معاً في جماعة عمل واحدة ، حيث ثبت بأن هذا التوافق يؤدي إلى رفع إنتاجية أعضاء الجماعة .

176-Soft Goods **السلع السريعة التلف والناعمة**

يطلق هذا المصطلح على السلع الحساسة التي هي سريعة العطب كالزجاج ، ومنتجات الألبان ، كذلك يطلق على السلع الناعمة الملمس كالأقمشة والمنسوجات .

177-Soft Job **الوظيفة السهلة**

هي العمل الذي تكون مهامه بسيطة وغير معقدة ، وحجم مسؤولياته قليلة ، وهي التي لا يحتاج أداؤها إلى مهارة عالية .

178-Soft Selling **البيع السهل**

سهولة إقناع الزبون المحتمل بشراء السلعة (أو الخدمة) ، ويستخدم هذا المصطلح أيضاً للإشارة إلى إنخفاض مستوى المنافسة في السوق مما يجعل من بيع المنتج والترويج له سهلاً .

179-Sole Agent **الوكيل الوحيد**

أحد قنوات التوزيع أو التسويق ، وهو الشخص أو المنشأة الوحيدة التي يسمح لها المنتج ببيع سلعته في منطقة جغرافية معينة ، بمعنى أنه لا يجوز لشخص آخر أن يقوم ببيع وتوزيع السلعة أو الخدمة فيها ، وبالتالي فهذا الوكيل هو الوكيل المعتمد الحصري الوحيد المخول من قبل المنتج بتسويق سلعته أو خدمته .

180-Sole Business Project **مشروع أعمال فردي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Sole Proprietorship Business

مشروع أعمال ذو ملكية فردية

181-Sole Proprietorship Business **مشروع أعمال (منشأة) ذو ملكية فردية**

يقوم بتأسيس هذا المشروع (المنشأة) الفردي شخص واحد ، الذي يمده بحاجته من المال ويدير أعماله بنفسه ، وهو صانع القرار الوحيد فيه ، والمسؤول مسؤولية كاملة عن نتائج أعماله (الربح والخسارة) ، وهذه المسؤولية غير محدودة ، أي تطال ممتلكاته المنقولة وغير المنقولة في حالة إشهار إفلاسه . وعندما يتوفى مالكه لا يجوز ممارسة نشاطه إلا بترخيص جديد بإسم مالك آخر . ويكون حجم أعماله وعدد العاملين فيه في العادة ليس كبيراً ، ويتصف العمل فيه بالبساطة وعدم تعقيد الإجراءات ، وإجراءات تأسيسه ليست معقدة .

182-(SOS) Stock Classification — تصنيف المخزون حسب موسمية إستخدامه

هو أحد الأساليب المستخدمة في مجال تصنيف المواد في المستودعات ، بموجبه تقسم المواد إلى مجموعات حسب موسمية شرائها وإستخدامها ، فهناك مواد ومستلزمات تشترى بشكل مستمر طوال السنة ، في حين مواد أخرى تشترى في فترة معينة من السنة (موسمية) . بناءً عليه يمكن تصنيف المخزون هنا وفق ما يلي :

- مجموعة المواد التي تشترى بشكل موسمي Seasonal .
- مجموعة المواد التي تشترى بشكل مستمر Off-Season .

183-Source of Competitive Advantage — مصدر الميزة التنافسية

الميزة التنافسية في مفهوم التسويق المعاصر هي الشيء المتميز (منتج ، خدمة ...الخ) الذي ستقدمه المنظمة إلى المستهلكين والسوق ، بحيث لن يكون بإمكان المنافسين تقديم مثله لفترة من الزمن . والمصدر هنا يعني الموارد أو الجوانب الداعمة مثل : مهارات بشرية متميزة ، القدرة على الإبتكار والتحديث ، التحسين المستمر ، تقنية عالية المستوى ...الخ ، التي تمتلكها المنظمة ، التي بوساطتها سيتم تشكيل وخلق الميزة التنافسية ، فالمنظمة التي لا تمتلك مثل هذه الموارد الداعمة المتميزة عن الآخرين ، لن يكون بمقدورها خلق ميزة تنافسية لنفسها .

184-Sovereignty of Consumer — سيادة المستهلك

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Buyers Market

سوق المشترين

185-Sovereignty of Producer — سيادة المنتج

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Sellers Market

سوق البائعين

186-Span of Apprehension — نطاق الفهم

يمثل الحد الأقصى لما يستطيع الفرد إدراكه وإستيعابه من معلومات ، موضوعات ..الخ تعرض عليه أو يطلع عليها في ذات الوقت ، وذلك إدراكاً صحيحاً . ويتسع هذا المدى أو يضيق ، وذلك حسب مدى ذكاء الإنسان ، وظروفه النفسية والذهنية التي هو فيها عند الإطلاع أو العرض ، وكذلك ظروف البيئة المادية المحيطة بالموقف الذي هو بصدد إستيعابه فالضوضاء مثلاً تؤثر سلباً في الإستيعاب ، وكذلك وضوح الموقف .

187-Span of Authority — نطاق السلطة الرسمية

يقصد بنطاق السلطة الرسمية أن الحق في صنع القرار وحرية التصرف والقوة في إصدار الأوامر للآخرين وإلزامهم بتنفيذها ، يكون كبيراً وواسع المجال في قمة الهرم التنظيمي ، ويقل ويضيق كلما إتجهنا من القمة إلى القاعدة ، والعكس من ذلك صحيح . فالمدير العام يعتبر منبع السلطة الرسمية داخل المنظمة بموجب القانون أو نظامها الداخلي ، فهو صاحب السلطة الأساسية فيها ، له الحق في إصدار الأوامر للجميع ، وصنع قرارات ملزمة لكافة الأعضاء داخل المنظمة ، والنتيجة هي أن نطاق السلطة الرسمية يكون عريضاً في قمة الهرم التنظيمي ، ويضيق كلما نزلنا بإتجاه قاعدته .

188-Span of Control — نطاق الرقابة والإشراف

هو عدد الإدارات أو المرؤوسين أو الوحدات الإدارية التي يمكن أن يشرف عليهم مدير واحد وفي أي مستوى إداري بقدر عالي من الكفاءة والفاعلية . وتقوم فلسفة هذا المبدأ على فكرة أساسية مفادها : أن قدرة المدير الحيوية على الرقابة والإشراف والتوجيه الفعال لها حدود ، حيث من الضروري تحديد عدد المرؤوسين الذين يمكن أن يشرف عليهم بفاعلية . وتجدر الإشارة هنا إلى أنه لا يوجد عدد نمطي لنطاق الرقابة ، فهو يختلف من مدير إلى مدير آخر حسب مستواه الإداري ، وإمكاناته ، وخبرته ، وطبيعة عمل الوحدة الإدارية التي يرأسها في ما إذا كانت صعبة أم سهلة ، وحجم العمل فيها ، ومدى كفاءة المرؤوسين. فعلى سبيل المثال إذا كان حجم العمل كبيراً وصعباً سنجد أن المدير ليس بإستطاعته الرقابة والإشراف على عدد أكبر من المرؤوسين والعكس صحيح ، أي يتوجب أن يكون نطاق رقابته ليس كبيراً بسبب كبر حجم العمل وصعوبته .

189-Span of Management — نطاق الإدارة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Span of Control

نطاق الرقابة والإشراف

190-Span of Time نطاق الوقت

مصطلح يستخدم في مجال إدارة الوقت (T.M) ويعبر عن المدة أو الفترة الزمنية المحددة أو المخصصة لإنجاز مهمة أو عمل أو خطة ما . كأن نقول مثلاً يحتاج قراءة البريد الوارد من قبل المدير العام والتأشير عليه مدة (50) دقيقة يومياً ، فهذه الدقائق الخمسون تشير إلى نطاق الوقت الذي يجب أن تنجز فيه قراءة البريد والتأشير عليه من قبل هذا المدير .

191-Special Drawing Rights (SDR) حقوق السحب الخاصة

ويطلق عليها أيضاً مسمى "الذهب الورقي" وهي نوع معين من السيولة النقدية الدولية يقوم بإنشائها صندوق النقد الدولي ، ويوزعها على أعضائه بنسب حصصهم في الصندوق .

192-Special Environment بيئة خاصة

تمثل المتغيرات البيئية الخارجية التي تؤثر حصراً وبشكل مباشر في نشاط المنظمة مثل : زبائنها ، المـوردون لإحتياجاتها من المواد والمستلزمات ، النقابة المهنية ، المنافسون في السوق ...الخ .

193-Special Goods السلع الخاصة

تتصف هذه السلع وتسويقها بالخصائص التالية :

- مواصفاتها فريدة أي غير متوفرة في السلع المماثلة لها .
- تضفي على مستهلكها الإنفرادية والخصوصية (لا يمكن لأي مستهلك شراءها إلا القليل) .
- سعرها عالي .
- هامش ربحها عالي .
- لا توجد تشكيلة سلعية منها .
- يشتريها نوع معين من المستهلكين ولا يستبدلونها بسهولة .
- منافذ توزيعها قليلة جداً .

194-Specialization التخصص

هو أحد الركائز الإقتصادية والإدارية المطبقة في ميدان العمل والإقتصاد ، ويقوم على مبدأ التكرار الذي يشمل أموراً لا حصر لها مثل : تكرار أداء مهمة أو عمل كامل أو جزءٍ منه أو منها ، وتكرار إنتاج سلعة ما كالسيارات ، أو تكرار أداء خدمة كالفنادق أو النقل ...الخ . والغاية من التخصص هي : زيادة المهارة بسبب التكرار ، والمهارة بدورها تُسرع من زمن إنجاز العمل ، وترفع من مستوى جودته ، وتخفض من تكلفة التشغيل من خلال قلة عدد الأخطاء .

195-Specialized Machine آلة متخصصة

هي التي تؤدي عملية تصنيعية واحدة وبشكل متكرر ، فقد تنتج سلعة كاملة أو جزءً من سلعة .

196-Specified Training **التدريب المحدد**

ويسميه بعضهم بالتدريب الخاص وهو عكس التدريب العام General Training ، ويهدف إلى إعداد برامج تدريب تخدم طبيعة العمل وإحتياجاته في منظمة معينة دون غيرها ، وبالتالي فهو يسعى إلى تزويد العاملين في المنظمة بمعارف ومعلومات ومهارات خاصة يحتاجها العمل والعاملين فيها . إذاً في ظل التدريب المحدد يُحدد مضمون البرنامج التدريبي بما يتماشى مع حاجات المنظمة الخاصة بها التي ليس لها علاقة بالمنظمات الأخرى ، وهذه البرامج تكون مكلفة إذا طُلب من مراكز التدريب المتخصصة تصميمها وتنفيذها بشكل خاص لها .

197-Specifications Certificate **شهادة المواصفات (المنشأ)**

وثيقة معتمدة تصدر عن جهة رسمية مفوضة ، توضح مواصفات البضاعة محل التعامل (البيع والشراء) ، وتصدر عادة من بلد البائع أو المنتج ، وتعتبر هذه الوثيقة أساسية ومطلوبة في غالبية الدول في عمليات الإستيراد من الخارج .

198-Specimen of Signature Card **بطاقة نموذج توقيع**

بطاقة يوقع عليها فاتح الحساب في المصرف عدة مرات ، لتكون نموذجاً معتمداً لتوقيعه لديه .

199-Speculative Buying **الشراء للمضاربة**

يمثل هذا الشراء أحد سياسات الشراء التي تشتري المواد والمستلزمات بكميات كبيرة تتعدى حاجة المنظمة المستقبلية منها ، تأسيساً على هدف هو أن تحقق ربحاً نتيجة شرائها بالسعر الحالي أو الجاري ، لإرتفاع أسعارها مستقبلاً ، فالفرق بين السعر المستقبلي والسعر الجاري يمثل الربح .

200-Spider Net Strategy **إستراتيجية شبكة العنكبوت**

إستراتيجية مشتركة تنتهجها مجموعة من المنظمات الصغيرة الحجم ذات الإمكانات المحدودة ، بموجبها تنفذ شبكة من المشاريع المشتركة بينها لتحقق أهدافاً واحدة مشتركة أيضاً . وتلجأ هذه المنظمات لهذا النوع من الإستراتيجيات لحماية نفسها من المنظمات الكبيرة التي تسعى إلى السيطرة عليها أو تصفية أعمالها ، فبموجب هذا التجميع لإمكاناتها وجهودها ، يمكنها الصمود أمام المنظمات الكبيرة وتدافع عن بقائها وكيانها .

201-Spin off Strategy **إستراتيجية الإنفصال**

يشير مضمون هذه الإستراتيجية إلى قيام شركة تمتلك عدة وحدات أعمال بإعطاء إحـــداها الإســـتقلال المالي والإداري ، وإصدار أسهم جديدة لها . والغاية من ذلك إعطاء الشركة الأم فرصة لوحدة الأعمـــال المنفصلة عنها حرية العمل والتصرف والتركيز على نشاطها وتقويته .

202-Split -Halves Method — **أسلوب تقييم الإختبار ذو الشقين**

أسلوب يُستخدم في مجال تقييم الإختبارات بموجبه يُجزأ الإختبار إلى شقين ، حيث تقـــارن النتـــائج في الجزء الواحد مع النتائج المحققة في الجزء الآخر ، وعندما تكون النتائج متقاربة في الشقين يُحكـــم علـــى سلامة الإختبار .

203-Spot Exchange Rate — **سعر الصرف الآني**

ويسميه بعضهم بسعر الصرف عند التسليم الفوري ، وهو السعر الذي تتم على أساسه عمليات صرف العملة الأجنبية التي تنفذ عند عقدها (عند بيعها وشرائها) .

204-Squirrel -Strategic Management Approach — **مدخل السنجاب في الإدارة الإستراتيجية**

أحد مداخل الإدارة الإستراتيجية ويقوم على مفهوم مفاده : أن إختيار المنظمة للإستراتيجية الأفضل يقوم على أساس توافقها مع إمكاناتها الحالية والمستقبلية ، بمعنى أنه يتوجب عليها تحليل ودراسة بيئتها الداخلية ومواردها وتحديد جوانب القوة والضعف لديها ، حيث في ضوء نتائج التحليل يتم إختيار الإستراتيجية المناسبة لقدراتها وطاقاتها ، وبالتالي فإختيار الإستراتيجية في هذه الحالة قائم على أساس الواقعية . وسمي المدخل بالسنجاب كناية عن أن السنجاب عندما يتسلق شجرة ما من الأسفل للأعلى ، يكون على دراية ومعرفة بفروعها وأغصانها .

205-Stale Check — **شيك متقادم**

هو الشيك الذي لم يقدمه صاحبه للصرف خلال المدة المسموح بها لصرفه قانوناً .

206-Stable Environment — **بيئة مستقرة**

هي البيئة التي تكون درجة التغير وسرعته في متغيراتها بطيئة ، وعند حدوث هذا التغير فإن إتجاهات هذه المتغيرات تكون على وتيرة واحدة بإتجاه واحد ، أي أن درجة التجانس بينها عالية ، كما أن عددها المؤثر في نشاط المنظمات محدود ، وتكرار حدوث التغيير متباعد زمنياً ، وهذا ينتج عنه أن القوى الضـــاغطة في هذه البيئة قليلة . في ضوء ذلك يمكن القول أن هذه الصفات تضفي على هذه البيئة الإستقرار الذي ينتج عنه قلة المشاكل .

207-Stable Personality — **شخصية مستقرة**

ويسميها آخرون بالشخصية المتوازنة التي يتصف صاحبها بهدوء الأعصاب ، حيث لا يمكن إثارته بسهولة ، وبالتالي فهو هادىء وذو مزاج مستقر غير متقلب بشكل سريع ، ويمكن الإعتماد عليه والتفاهم معه ، ويستوعب الأمور بشكل جيد بعد دراستها ، لذلك لا يتصرف إلا بعد تفكير .

208-Stability Strategy — إستراتيجية الإستقرار

تقوم هذه الإستراتيجية على فلسفة عدم إحداث تغييرات جذرية أو جوهرية في أهداف وخطط المنظمة الحالية ، وينصح بإستخدامها أو إتباعها من قبل المنظمات الناجحة في أعمالها ولا تواجه تحديات في البيئة التي تعمل فيها حالياً وللفترة القادمة ، حيث تتصف بيئتها بطابع الإستقرار .

209-Staff Authority — السلطة الإستشارية

بموجب هذه السلطة يحق لصاحبها إصدار تعليمات وتوجيهات على سبيل النصح والمشورة . وتكون غير ملزمة التنفيذ من الآخرين . وتعتبر شيئاً ضرورياً بالنسبة للسلطة التنفيذية ، حيث تقدم لها المشورة الفنية اللازمة قبل صنع القرارات . والسلطة الإستشارية قد يكون صاحبها فرداً ويطلق عليه تسمية "مستشار" أو وحدة إدارية ، وعادة تكون هذه السلطة قريبة من الإدارة العليا والمدير العام ، وهذا لا يمنع من وجودها في مستوى إداري أدنى إن تطلب الأمر . وتظهر السلطة الإستشارية بشكل أكثر كلما كبر حجم المنظمة .

210-Staff Manager — مدير إستشاري

هو المدير الذي يصنع قرارات تسهم بشكل غير مباشر في تحقيق أهداف وإستراتيجية المنظمة ، فقراراته قرارات تدعم عمل المديرين أصحاب السلطة التنفيذية كمدير الإنتاج ، التسويق ، المالي ...الخ ، حيث تأخذ طابع النصح والإرشاد والتوجيه فقط دون الإلزام ، كقرارات مدير الشراء والتخزين مثلاً .

211-Staffing — تكوين (تشكيل) المورد البشري (قوة العمل)

مصطلح أُطلق على ذاك النشاط المركب والمتكامل الذي تقوم به إدارة الموارد البشرية في المنظمات ، حيث من خلاله تتمكن المنظمة من أن تحصل على حاجتها من الموارد البشرية (وعلى إختلاف أنواعها) وفق مهارات ، وقدرات ، وخبرات محددة ، ومعرفة ، وإلمام علمي معين ، لتتوافق مع متطلبات الوظائف لديها . ولتحقيق ذلك تمارس إدارة الموارد البشرية الأنشطة التالية : تصميم وتحليل الوظائف لمعرفة المواصفات المطلوبة في الموارد البشرية ، تخطيط الموارد البشرية لمعرفة الكم والنوع المطلوبين منها ، إستقطابها من سوق العمل ، وإختيار أفضلها من أجل التعيين ، ثم تدريبها وتأهيلها بشكل أولي لإستلام أعمالها . إذاً هذه الأنشطة الفرعية عبارة عن سلسلة متكاملة مترابطة من الوظائف من خلالها تحصل المنظمة على إحتياجاتها من الموارد البشرية . ونود الإشارة إلى أن بعض المتخصصين في هذا المجال لا يدخلون نشاط التأهيل الأولي في هذه السلسلة .

212-Stakeholders **أصحاب المصالح و العلاقة بالمنظمة**

يقصد بأصحاب المصالح ، شريحة المستفيدين من المنظمة وأيضاً المتعاملين معها الذين لهم تأثير فيها ولها تأثير فيهم . وتتكون هذه الشريحة من : أصحاب المنظمة (المساهمون) ، الموردون ، الزبائن ، الحكومة ، المنظمات الخيرية ، منظمات حماية البيئة ، المصارف ، النقابات ، الموارد البشرية العاملة في المنظمة . وتؤكد الإدارة المعاصرة اليوم على ضرورة تلبية إدارات المنظمات لحاجات أصحاب العلاقة وتحقيق الرضى لديهم.

213-Standard Allowance **السماح المعياري**

هو التجاوز أو الانحراف (كمية ، قيمة ، جودة ...الخ) المسموح به خلال فترة زمنية محددة للأداء أو النشاط الفعلي . فعلى سبيل المثال يمكن القول أنه مسموح به أن تكون هناك وحدة إنتاجية معيبة لكل 2000 / وحدة منتجة ، أو يسمح لأمين مكتبة فقدان 0.5% من إجمالي عدد الكتب الموجودة فيها في السنة وهكذا .

214-Standard Hour **الساعة المعيارية**

كمية العمل المطلوب إنجازها بمستوى جودة معين وبمستوى تكلفة محدد من فرد ، أو وحدة إدارية ، أو نشاط ...الخ في ساعة عمل رسمية واحدة ، وبالتالي تعتبر هذه الساعة معياراً زمنياً .

215-Standard Quality **الجودة المعيارية**

ويسميها بعضهم بالجودة القياسية وتعني ، مدى مطابقة جودة السلعة المنتجة أو الخدمة المقدمة للزبون ، لمعايير مواصفات الجودة المحددة لإنتاجها بشكل مسبق ، وتتحدد عادة في التصميم الهندسي للمنتج (أو الخدمة) . وعليه فعندما نقول بأن المنتج متوفر فيه الجودة المعيارية ، فهذا يعني بأنه مطابق لمواصفات الجودة المحددة .

216-Standardization of Organization **قياسية التنظيم**

تعني مدى الآلية والتناسق في أداء فعاليات المنظمة ، ودرجة إعتماد هذا الأداء على معايير ومقاييس نمطية. وبالتالي فكلما كانت المقاييس متعددة وكثيرة ومحددة ومعتمدة ، زادت درجة آلية العمل وأدائه في المنظمة وإتجه إلى النمطية .

217-Standards **معايير**

هي ترجمة تفصيلية للأهداف التي يتوجب تحقيقها أو إنجازها ، وبالتالي فهي توضح ما هو مطلوب أداءه سواء من المنظمة ككل ، أو من الوحدات الإدارية ، أو من الأفراد . إذاً يمكن القول أن المعايير هي بمثابة مقاييس يتم مقارنة الإنجاز أو الأداء بها ، لتحديد هل تم تنفيذ ما هو مطلوب أم لا ، وتحديد في ما إذا كان

هناك إنحراف سلبي ، أم إيجابي . وللمعايير أنواع أشهرها : الكمية ، الجودة ، الزمن ، التكلفة ، الربح ....الخ .

218-Standards of Performance Appraisal **معايير تقييم أداء العاملين**

هي الموازين التي يتم من خلالها تقييم أداء وسلوك الفرد في عمله ، وهي تمثل ما يتوجب عليه تحقيقه ، وما يتوجب أن يتحلى به أداؤه وسلوكه أثناء العمل ، وذلك خلال فترة زمنية محددة ، وتنقسم المعايير إلى قسمين :

الأول: الصفات أو الخصائص الشخصية مثل الإعتمادية ، الولاء ، التعاون ، القدرة على حسم الأمور والتصرف . إن مدى توفر هذه الصفات لدى الفرد مؤشر على مستوى أدائه وسلوكه . إن نتائج التقييم بوساطة هذه الصفات لا تتصف بطابع الدقة والموضوعية ، فهي أشياء غير ملموسة يعود تقديرها للمقيم ، وبالتالي فهناك إحتمالية لوجود ذلك .

الثاني : الأهداف وتمثل ما هو مطلوب إنجازه من قبل الفرد خلال فترة زمنية معينة ، حيث عن طريق مقارنة نتائج أدائه أو ما حققه من إنجاز مع الأهداف يتحدد مستوى كفاءته . ويقاس إنجاز الأهداف بمقاييس كمية ، وجودة ، وتكلفة ، وزمن ، فعلى سبيل المثال عدد الأخطاء تعبير عن معيار الجودة .

219-Standby Credit Agreement **الإتفاقات المصرفية الإئتمانية الجاهزة**

من خلال هذه الإتفاقات التي يجريها المصرف مع عملائه ، يتعهد بدفع وسداد قروض ممنوحة لعملائه من قبل أطراف أخرى .

220-Statistical Population **المجتمع الإحصائي**

يمثل جميع مفردات الظاهرة التي تجري بحثها ودراستها ميدانياً ، فمثلاً إذا كنا ندرس ظاهرة التدخين في المنظمة ، إذاً فالمجتمع الإحصائي لهذه الظاهرة هم جميع العاملين فيها ذكوراً وإناثاً ، ومن كافة المستويات الإدارية .

221-Statistical Quality Control **الضبط الإحصائي للجودة**

تطبيق المبادئ والأساليب الإحصائية في جميع مراحل تصنيع السلعة أو تقديم الخدمة ، بهدف إكتشاف الإنحرافات عن الموصفات المحددة للسلعة أو الخدمة ، وإظهار ضرورة إتخاذ إجراءات علاجية لتصحيح هذه الإنحرافات ، ويتصف الضبط الإحصائي للجودة بطابع الإستمرارية .

222-Stereotyped Model of Japanese Production **نموذج الإنتاج الياباني المقتبس**

يعبر هذا المصطلح عن نمط تصميم الإنتاج وتنظيم العمل المستخدم داخل المنظمات الإنتاجية الصناعية في دول أوروبة الغربية وأمريكا الشمالية والمأخوذ عن النمط الياباني . فبعد النجاح الذي حققه هذا النموذج

في المنظمات اليابانية ، دفع المنظمات الغربية إلى دراسته ومن ثم تكييفه ليصبح بالإمكان إستخدامه لديها ، ويتصف النمط الياباني المذكور أعلاه بثلاث خصائص رئيسة هي ما يلي :

- المرونة .
- الرقابة على الجودة .
- تخفيض التكلفة عن طريق الحد من الهدر والضياع في إستخدام الموارد إلى أدنى حد ممكن .

223-Stimuluses of Marketing **المثيرات التسويقية**

هي العوامل التي تؤثر في سلوك المستهلك وصنع قراره الشرائي ، وهي كثيرة يمكن ذكر أهمها في ما يلي: مستوى الدخل ، الأسرة ، العادات الإجتماعية ، الثقافة ، السعر ، جودة المنتج ، المكان، الترويج ، كمية الشراء ، المحل التجاري ، العلامة التجارية ، العمر ، الجنس ، الإتجاهات ، مدى إلحاح الحاجة ، نمط المعيشة . فهذه العوامل أو المثيرات تتفاعل جميعها لدى المستهلك لكي يصل إلى قراره الشرائي .

224-Stock **سهم**

يمثل السهم حصة واحدة من رأسمال الشركة المساهمة ، التي يتكون من عدد كبير من الأسهم ، التي تطرح للجمهور والإكتتاب عليها ، الذي يعتبر عملية إستثمار لرؤوس الأموال ، فحامل السهم هو مالك ويتقاضى أرباحاً عن أسهمه ، عندما تحقق الشركة أرباحاً في نهاية العام . والسهم نوعان : سهم عادي وسهم ممتاز ، وتجدر الإشارة إلى وجود معنى آخر لهذا المصطلح وهو المخزون .

225-Stock **مخزون**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Inventory

226-Stock-Bonds Allotment **تخصيص الأسهم والسندات**

عملية يتم من خلالها تحديد أنصبة المكتتبين في الأسهم والسندات بعد إنتهاء فترة الإكتتاب وفتح الطلبات .

227-Stock Certificate **شهادة الأسهم**

وثيقة تصدرها الشركة تثبت فيها ، عدد الأسهم التي يملكها المساهم ، وأرقامها ، ومجموع قيمتها الإسمية.

228-Stock Control **رقابة المخزون**

هي عملية المتابعة والتدقيق على مستويات المخزون الذي تحتاجه المنظمة من المواد والمستلزمات ، فهي تتابع مستوى المخزون الإحتياطي ، ومستوى إعادة طلب الشراء ، ومستوى التخزين الأقصى . كما تتابع حركة دوران المخزون من كل صنف ، لمعرفة الأصناف الراكدة كي يتم التخلص منها .

229-Stockholders **حملة الأسهم**

هم الأفراد الذين يكتتبون (يشترون) على الأسهم المالية في الشركات المساهمة ، من أجل إستثمار أموالهم فيها ، ويشكل مجموعهم ملاكها ، أو أصحاب رأس مالها ، كما يشكلون جمعيتها العمومية ، التي هي المسؤولة عن وضع إستراتيجيتها وسياساتها العامة ، ومسؤوليتهم محصورة فقط في قيمة أسهمهم ، التي يمكنهم بيعها في أي وقت في السوق المالي .

230-Stockless Production **الإنتاج بدون تخزين**

يقصد به عدم وجود مخزون سلعي (سلع منتهية الصنع) في المخازن ، ويمكن تحقيق ذلك إما عن طريق الإنتاج حسب الطلب ، حيث يحول المنتج بعد تصنيعه مباشرة إلى الزبون ، أو من خلال تفعيل النشاط التسويقي بشكل كل ما يُنتج يباع فوراً للسوق ، وهذا صعب تحقيقه إلا في حالات إستثنائية منها مثلاً أن المنتج جديد وهناك طلب كبير عليه .

231-Stock Leverage Buyout **شراء الأسهم بالمديونية**

تعبر عملية الشراء هذه عن قيام شركة بإصدار سندات بفائدة ، من أجل إستخدام حصيلتها في شراء أسهمها المتداولة في السوق المالي . ويعتبر هذا الشراء مصدر تمويل مالي بديل عن الإقتراض من المصارف ، حيث تكلفته أقل .

232-Stock Market **سوق الأسهم**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Financial Market

السوق المالي

233-Stock of Exchange **البورصة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Financial Market

السوق المالي

234-Stock Out Cost **تكلفة نفاد المخزون**

تمثل هذه التكلفة العبء المالي الذي ستتحمله المنظمة والناتج عن نفاد المخزون ، ويمكن تلخيصها بما يلي:

- تكلفة توقف العمل (رواتب وأجور دون مقابل ، إهتلاك آلات ، مصاريف إدارية ...الخ) .
- خسارة زبائن وإضعاف القدرة التنافسية بسبب عدم توفر السلعة .
- إحتمال شراء مواد بصفة عاجلة بسعر وتكاليف أعلى بسبب سرعة الحاجة .

235-Stock Private Placement **تخصيص الأسهم الخاص**

يشير معنى هذا المصطلح إلى حصر حق تملك الإصدارات الجديدة للأسهم التي تصدرها الشركات المساهمة ، بمجموعة المستثمرين الداخليين ، وقد يكون جزئياً أي لنسبة محددة من المجموع الكلي للإصدار ، أو كلياً .

236-Stock Public Placement **تخصيص الأسهم العام**

يشير معنى هذا المصطلح إلى طرح أسهم الشركة المساهمة للإكتتاب العام عليها ، ويحدث عادة عند تأسيس الشركة ، وهذا لا يمنع من إستخدامه من قبل الشركات القائمة (أي ليست جديدة) .

237-Stock Record Card **بطاقة تخزين الصنف**

هي إحدى الأدوات المستخدمة في مجال الرقابة على حركة المخزون والجرد المخزني ، حيث يخصص لكل صنف أو مادة بطاقة خاصة به أو بها يدون عليها إسمه ، ورقمه ، ورمزه ، ومستويات تخزينه . كما يدون عليها الكميات الداخلة من الصنف إلى المخزن والمنصرفة منها والرصيد المتبقي مع التواريخ ، فالرصيد يمثل الكمية التي يجب أن تكون موجودة فعلياً في المخزن .

238-Stock Secondary Market **سوق الأسهم الثانوي**

هو سوق مالي يجري فيه تداول الأسهم المُصْدَرَةُ سابقاً (أي ليست جديدة) ، حيث يقدم لأعضائه تسهيلات تساعدهم على تداول الأوراق المالية ، ولا يسمح بالتداول في هذا السوق إلا للأعضاء فيه ، لذلك تعتبر المقاعد التي يخصصها السوق لهؤلاء الأعضاء أصولاً ذات قيمة عالية جداً . وتختص هذه السوق بشكل خاص بتداول الأسهم العادية للشركات الخاصة ، فيما تمتنع عن التداول بكم كبير من السندات .

239-Stock Turnover Rate **معدل دوران المخزون**

ويسميه بعضهم بمعدل دوران البضاعة ويشير معناه إلى عدد مرات دوران المخزون السلعي في السنة (حركة دخول وخروج البضاعة من المخازن) ويقاس عن طريق :

$$\frac{\text{صافي المبيعات}}{\text{متوسط المخزون بسعر البيع}}$$

ويقاس المتوسط عن طريق

$$\frac{\text{بضاعة أول المدة + بضاعة آخر المدة}}{2}$$

وتجدر الإشارة إلى أن إرتفاع هذا المعدل ، هو مؤشر لفاعلية نشاط المنظمة .

240-Stock Turnover Ratio **معدل دوران السهم في السوق المالي**

يقاس هذا المعدل عن طريق :

$$\frac{\text{عدد الأسهم المتداولة خلال العام} \times 100}{\text{عدد الأسهم المكتتب بها في نهاية العام}}$$

يشير هذا المعدل إلى مدى إقبال المتعاملين في السوق المالي على السهم ، فإرتفاع عدد مرات تداول السهم، يؤدي إلى إرتفاع المعدل ، الذي يعني إقبال مرتفع من المتعاملين في السوق على السهم .

241-Storage Form Utility **منفعة التخزين الشكلية أو المضمونية**

هي إحدى المنافع التي يحققها التخزين ، الذي يعمل على إحداث تغيير في طبيعة السلعة لتكون أكثر صلاحية للإستهلاك أو الإستخدام . ومثال عليها تخزين الموز الأخضر لفترة زمنية لينضج ، وتخزين العطور، وكذلك الأجبان ، والأخشاب لتجف حيث تزداد منفعتها جميعاً عندما يتم تخزينها .

242-Store Auditing **مراجعة المتجر**

يقصد بالمراجعة هنا إختيار عينة من المتاجر التي تقوم بتسويق سلعة ما وذلك من وقت لآخر، للوقوف على مدى كفاءتها في توزيع سلعة معينة من قبلها . يفهم من ذلك أن المراجعة هنا هي بمثابة تقييم لنشاط المتجر في بيع السلعة ، ومعرفة مدى فاعليته في تسويقها .

243-Store Layout **التخطيط(الترتيب) الداخلي للمخزن**

إتخاذ التدابير اللازمة لتحديد مكان كل صنف داخل المخزن ، مما ينتج عنه معرفة مكان وجوده بسهولة ويسر وصرفه من المخزن بأقصر وقت وأقل جهد ممكن ، والقيام بعملية الجرد المخزني بسهولة وسرعة أيضاً . إذاً يمكن القول بأن هدف التخطيط الداخلي للمخزن هو : التوفير والإقتصاد في العمل المخزني . إن تحقيق هذا الهدف يتطلب إجراءات متنوعة منها مثلاً تقسيم المساحة الكلية للمخزن إلى أقسام (قد تكون أرفف) يخصص لكل صنف أو مجموعة أصناف مترابطة مع بعضها (كالقرطاسية مثلاً) مساحة خاصة بها ، وكذلك تخزين الأصناف التي يتكرر صرفها يومياً أو الثقيلة الوزن في مكان قريب من باب المخزن ، وتخزين الأصناف المتماثلة الحجم في مكان واحد ...الخ .

244-Story Model of (HRM) **نموذج القصة لإدارة الموارد البشرية**

مصطلح أطلق على أحد النماذج البريطانية التي تروي وتصف الإطار العام لنشاط إدارة الموارد البشرية في المنظمات عام 1992 . إستُمِدتْ فكرة هذا الإطار من الأدبيات التي عالجت دور إدارة الأفراد ومن ثم دور إدارة المورد البشري في المنظمة ، حيث قارن هذا النموذج ما بين الإطار التقليدي لنشاط إدارة

الأفراد مع إطارها المعاصر وهو إدارة الموارد البشرية . وقد إشتملت عملية المقارنة على أربعة عناصر أساسية هي :

- المعتقدات والإفتراضات التي يقوم عليها عمل هاتين الإدارتين .
- الجوانب الإستراتيجية لنشاط الإدارتين .
- دور الإدارة التنفيذية في مجال إدارة الموارد البشرية .
- دور الإدارة المباشرة في مجال إدارة الموارد البشرية .

ويسعى هذا النموذج إلى تحقيق هدف أساسي هو ، زيادة ثقة الموارد البشرية بالمنظمة وخلق الولاء لديها نحوها ، وكيف أن للإدارة التنفيذية والمباشرة دور كبير في تحقيق هذا الهدف ، حيث تمتلكان مفاتيح لعبة الثقة والولاء ، هذه المفاتيح عبارة عن أدوات ووسائل يمكن أن تمارسها كلتا الإدارتان في التعامل مع العنصر البشري في العمل ، مما يساعد إدارة الموارد البشرية على تحقيق هدفها ، فلوحدها لا يمكنها ذلك إلا بمساعدة هاتين الإدارتين ، اللتان هما على تماس مباشر مع العاملين .

إختبار القصة — 245-Story Test

أحد إختبارات الشخصية ويستخدم من أجل إكتشاف معالم شخصية الفرد ، حيث تعرض أمامه صورة أو شكل غير واضح ويطلب منه أن يصف ما يراه فيها أو فيه على شكل رواية أو قصة صغيرة مكتوبة ، فبهذا الأسلوب يُخرج الفرد ما لديه من تراكمات وإنفعالات نفسية توضح معالم شخصيته دون أن يشعر بذلك . فإذا كان مضمون قصته أو وصفه يتسم بطابع التشاؤم مثلاً ، يكون في هذه الحالة قد ربط إدراكه للموقف (الصورة) بحالته النفسية التي هو عليها وهي الإكتئاب .

الغايات الإستراتيجية — 246-Strategic Aims

هي الأهداف التي تطمح المنظمة إلى تحقيقها في المدى الزمني الطويل ، وتمثل وضع مستقبلي مستهدف يراد الوصول إليه ، وذلك من خلال إستراتيجية محددة ترسم وتحدد السبل والكيفية التي تُمكن المنظمة من الوصول إلى هذا الوضع المستقبلي المستهدف . وتصاغ الأهداف الإستراتيجية بما يتوافق وينسجم ويحقق رسالة المنظمة التي يراد تحقيقها . ومن الغايات الإستراتيجية على سبيل المثال : فتح سوق جديد ، إنتاج سلعة جديدة ، إرضاء الزبائن ، بناء سمعة طيبة في المجتمع ....الخ .

التحليل الإستراتيجي (البيئي) — 247-Strategic Analysis (SWOT)

هو أحد عناصر الإدارة والعملية الإستراتيجية ، في ضوء نتائجه يتم بناء وصياغة إستراتيجية المنظمة ، ويشتمل على شقين : الأول تحليل للبيئة الداخلية ، وهو عبارة عن تقييم شامل لموارد المنظمة وإمكاناتها لتحديد جوانب القوة والضعف فيها ، من أجل تعزيز الأولى ومحاولة تلافي الثانية . أما الشق الثاني فهو

تحليل للبيئة التنافسية والخارجية ، حيث يعمل على تحديد المتغيرات المؤثرة في نشاط المنظمة ، ومعرفة الفرص الإستثمارية المتاحة فيها التي تحقق لها النجاح والربح ، وكذلك المخاطر التي تشكل خطراً أو تهديداً لها . في ضوء نتائج التحليلين يتحدد الخيار الإستراتيجي ، الذي يُمكن المنظمة من إستغلال جوانب القوة من أجل إغتنام الفرص وتلافي المخاطر والتهديدات ، وفيما يلي تفسير للأحرف أعلاه :

S : نقاط القوة Strengthens .

W : نقاط ضعف Weaknessess .

O : فرص Opportunities .

T : تهديدات Threatens .

248-Strategic Auditing — التدقيق (المراجعة) الإستراتيجي

عمل رقابي يمارس في المنظمات التي تطبق الإدارة الإستراتيجية ، ويتم من خلاله مراجعة خطط وأعمال المنظمة من أجل دراسة وتحديد المشاكل التي أعاقت وتعيق تنفيذ وإنجاز المنظمة لإستراتيجيتها ، وذلك بشكل مفصل لكافة نشاطاتها المختلفة وخططها في كافة مجالات العمل . وعملية التدقيق لا تكتفي بتحديد المشاكل التي تعتبر نقاط ضعف ، بل تشتمل على نقاط القوة والإيجابيات أيضاً التي صاحبت تنفيذ إستراتيجيتها .

249-Strategic Business Units Organizational Structure — الهيكل التنظيمي لوحدات الأعمال الإستراتيجية

يستخدم هذا الهيكل في المنظمات التي لديها عدة منتجات أو تقدم عدة خدمات ، حيث يكون لكل منتج (أو خدمة) تنتجه وحدة أعمال خاصة به أو بها ولها هيكل تنظيمي خاص بها أيضاً ، حيث يكون لها مدير مسؤول عن نشاطها وإدارتها ، يرتبط به مديرون مباشرة مختصون بجوانب العمل في الوحدة كالإنتاج التسويق ، والمالية ...الخ ، وتكون وحدات الأعمال مرتبطة جميعها بالإدارة العليا للمنظمة . وتمنح هذه الوحدات قدراً كبيراً من الحرية والإستقلالية في العمل ، تحت مظلة الخطة الإستراتيجية الشاملة لكل المنظمة .

250-Strategic Choice — الخيار الإستراتيجي

هو الإستراتيجية التنافسية المناسبة (بديل) التي تختارها المنظمة من بين عدة بدائل أو إستراتيجيات ، بحيث تعمل على تحقيق أهداف محددة تخدم إنجاز رسالة المنظمة ورؤيتها المستقبلية . ويتم إنتقاء الخيار الإستراتيجي في ضوء تحليل العناصر (موارد) المكونة للبيئة الداخلية التي تشتمل على نقاط قوة وضعف ، وعناصر البيئة الخارجية التي تشتمل على الفرص المتاحة التي يجب إستغلالها والمخاطر التي تشكل خطراً

وتهديداً على المنظمة . وبالتالي يمكن القول أن الخيار الإستراتيجي هو عملية التمازج الأفضل بين عناصر البيئتين السابقتين الداخلية والخارجية ، بشكل تتمكن المنظمة من خلاله تحقيق ما تصبو إليه من أهداف ، وعليه فالخيار الإستراتيجي يرسم التوجه العام لنشاط المنظمة الكلي أو أحد نشاطاتها .

251-Strategic Decisions قرارات إستراتيجية

تصنع القرارات الإستراتيجية (التي يسميها بعضهم بالقرارات الأساسية) عادة في نطاق سلطة الإدارة العليا ، وهي غالباً ما تتصف وتتميز بالأهمية والحداثة والتعقيد والشمولية وديمومة تأثيرها ، وصنعها يتطلب دراسة وتحليلاً وجهداً كبيرين ، وهي لا تتكرر بإستمرار ، وغالباً ما تتضمن متغيرات لا يمكن التحكم بها مثل تصرفات المنافسين والحالة الإقتصادية العامة . إذاً تشمل القرارات الإستراتيجية المنظمة ككل ولا تنحصر في إدارة أو قسم معين ومثال ذلك إنتاج سلعة جديدة ، فتح سوق جديد ، دمج المنظمة مع منظمة أخرى .

252-Strategic Diagnosis التشخيص الإستراتيجي

عملية تدقيق ومراجعة وتحليل للنتائج التي توصل إليها أداء وإنجاز الإستراتيجية ، لمعرفة مسببات نجاح أو إخفاق المنظمة في تحقيق إستراتيجيتها وأهدافها المستقبلية . وهذا يستدعي العودة إلى الإفتراضات التي قام عليها وضع صياغة الإستراتيجية ، ونتائج تحديد نقاط الضعف والقوة الموجودة في إمكانات المنظمة ، وكيف تم هذا التحديد ، وما هي الفرضيات التي قام عليها تحديد فرص الإستثمار والمخاطر التي تم التنبؤ بها في بيئة المنظمة الخارجية ، ومعرفة التغيرات البيئية التي إستجدت ، وآثارها الإيجابية والسلبية في مدى النجاح أو الإخفاق الذي حدث في تنفيذ الإستراتيجية .

253-Strategic Factor العامل الإستراتيجي

هو العامل ، أو المتغير ، أو البديل ...الخ الأساسي والرئيس المتحكم في إختيار الإستراتيجية أو البديل ، أو إتخاذ القرار ، وبالتالي يتصف عادة بالتأثير الكبير وعلى مدى طويل من الزمن .

254-Strategic Functional-Level المستوى الوظيفي الإستراتيجي

يمثل هذا المستوى المستوى الثالث من هيكلية أو هرمية تخطيط المنظمة الإستراتيجي ، وهو عبارة عن عملية يتم من خلالها تقرير السياسات والإجراءات المناسبة التي سوف تطبق في وظائف المنظمة الأساسية كوظيفة الشراء ، والتخزين ، والمالية ...الخ ، لدعم إستراتيجية وحدات الأعمال ، التي تمثل المستوى الثاني من هرمية إستراتيجية المنشأة ، التي تُمثل هذه الأخيرة المستوى الأول في هذه الهرمية .

255-Strategic Gap الفجوة الإستراتيجية

تحدث الفجوة الإستراتيجية عندما يوضح تحليل البيئة الداخلية والخارجية ، بأن إمكانات المنظمة (نقاط قوتها) أقل مما تحتاجه من أجل إستغلال الفرص المتاحة في البيئة الخارجية ومواجهة المخاطر الموجودة فيها ، أي أن إستثمار الفرص ومواجهة التهديدات في البيئة الخارجية تتطلب إمكانات أكبر مما هو متاح ومتوفر لدى المنظمة ، فهذا الفرق يمثل الفجوة الإستراتيجية .

256-Strategic Management — الإدارة الإستراتيجية

الإدارة الإستراتيجية عملية تتكون من عناصر أساسية يمارسها مجموعة من المديرين في أعلى مستوى تنظيمي في المنظمة ، الذين لديهم قدماً وظيفياً ، ويمتلكون المؤهلات اللازمة والخبرة العالية . وضمن هذه العناصر يمارس هؤلاء المديرون مكونات عملية الإدارة الإستراتيجية المعروفة وهي : التخطيط ، التنظيم ، التوجيه ، الرقابة ، ويعملون بشكل متكامل ومنسق . وفي ما يلي عناصر الإدارة الإستراتيجية التي تتكون منها والتي يمارس فيها هذه العملية :

- تحليل البيئتين الداخلية والخارجية من خلال التنبؤ .
- تكوين الإستراتيجية في ضوء نتائج التنبؤ (تخطيط) .
- إنجاز الإستراتيجية ويتضمن العناصر التالية :

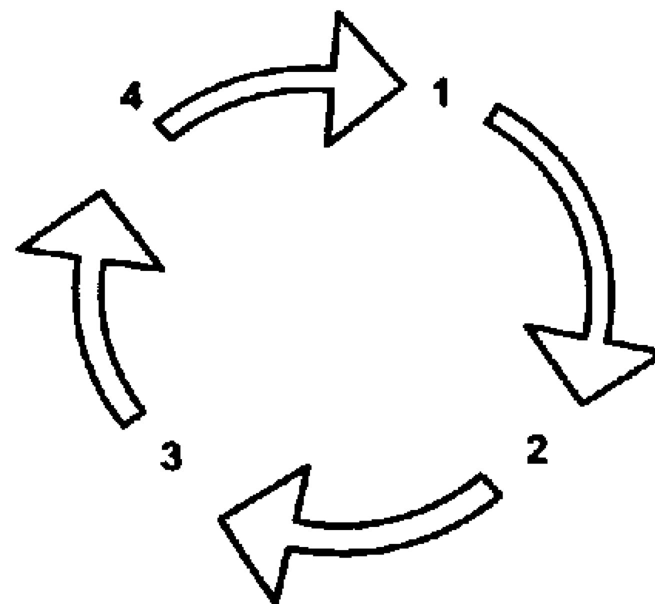
  قيادة إستراتيجية ، هيكل تنظيمي (تنظيم) إستراتيجي ، أنظمة رقابية (رقابة إستراتيجية)

  إدارة الموارد البشرية (توجيه) الإستراتيجية .
- تقييم إنجاز الإستراتيجية التي تشكل نتائجه تغذية عكسية مرتجعة ، في ضوئها يجري إدخال تعديلات للتكيف مع الظروف البيئية .

وبالتالي فالإدارة الإستراتيجية ترسم الأداء الكلي المستقبلي للمنظمة لتحقيق أهدافها ورسالتها وطموحها المستقبلي .

257-Strategic Management Process — عملية الإدارة الإستراتيجية

تتكون هذه العملية من أربع مراحل أساسية يجري تنفيذها بشكل متسلسل ومترابط ، حيث لا يمكن تنفيذ المرحلة اللاحقة إلا بعد الإنتهاء من المرحلة السابقة ، ويشكل مجموع هذه المراحل حلقة مغلقة تبدأ من المرحلة الأولى وتنتهي بإنتهاء المرحلة الأخيرة ، وعليه فهذه العملية نشاط مركب له صفة الاستمرارية، وهذه المراحل ما يلي :



1 -التحليل البيئي Environmental Analysis ويتضمن :

- تحليل البيئة الخارجية لتحديد الفرص التي يمكن إستغلالها والتهديدات التي يجب الإستعداد لها.
- تحليل البيئة الداخلية لتحديد نقاط القوة والضعف في المنظمة .

2 -تكوين وصياغة الإستراتيجية المناسبة وفق نتائج التحليل السابق Formulation .

3 -إنجاز (تنفيذ) الإستراتيجية وتوفير مستلزماتها التنظيمية Implementation .

4 -رقابة وتقييم إنجاز الإستراتيجية Control and Evaluation .

258-Strategic Performance الأداء الإستراتيجي

هو جوهر ولب الإدارة الإستراتيجية وصورة توضح وتعكس الكيفية التي تستخدم وتستثمر المنظمة مواردها المادية والبشرية على مدى فترة طويلة من الزمن ، كما يعكس قدرتها على تحقيق أهدافها ورسالتها . إذاً يمثل الأداء الإستراتيجي النشاط الشامل والمستمر لكافة فعاليات المنظمة ، وقدرتها على التكيف مع بيئتها الخارجية . ويتم الأداء الإستراتيجي عادة وفق معايير محددة تنسجم مع رسالتها . وبالتالي فالأداء الإستراتيجي هو نتاج للعمليات الإستراتيجية التي تنفذها المنظمة في المدى الزمني البعيد .

259-Strategic Plan الخطة الإستراتيجية

خطة طويلة الأجل توضح خط سير أو توجه عمل ونشاط المنظمة المستقبلي الكلي ، في سبيل تحقيق رسالتها ورؤيتها المستقبلية ، وهي ذات صفة عمومية ، تتناول النشاطات الرئيسة التي ستنفذها ، ومستلزمات هذا التنفيذ ، وزمن إنجازها ، ومراكز المسؤولية التي ستكون مسؤولة عن هذه النشاطات والإنجازات .

260-Strategic Skill المهارة الإستراتيجية

إحدى المهارات الأساسية التي يتوجب توفرها في المديرين في الإدارة العليا في المنظمات الحديثة اليوم . وتشير إلى المقدرة على النظر للعمل والمنظمة نظرة طويلة الأجل ، وكلية وليست جزئية ، وتحليلية ، وإستخلاص النتائج ، وصنع القرارات التي ترسم مسار المنظمة المستقبلي ، فتمكنهم من فهم كيفية ملاءمة العمل والمنظمة مع المتغيرات البيئية ولفترة طويلة من الزمن بما يخدم رسالتها . وتُمكن هذه المقدرة المنظمة أيضاً من التعامل مع السوق ، وتقديم سلعة أو خدمة تلائم إحتياجات الزبائن ، وتحقق لهم النفع ، وكيفية فعل ذلك وتحقيقه بشكل أفضل من المنافسين الآخرين .

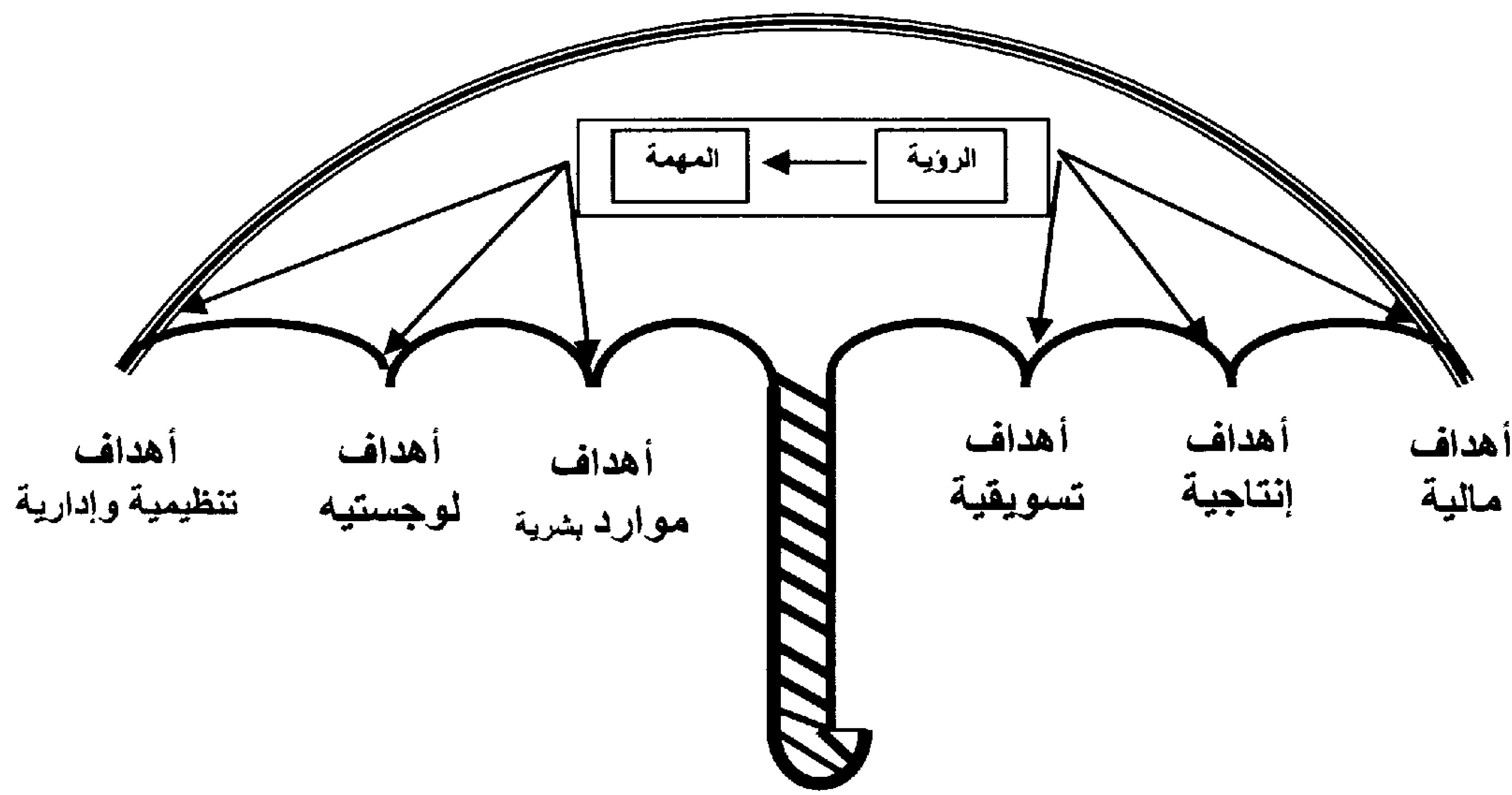
261-Strategic Tactics التكتيك (فن تنظيم) الإستراتيجي

ويسميه بعضهم بالنهج الإستراتيجي ، وهو مأخوذ من العلوم الحربية ومعناه " فن تنظيم القوة الحربية وتحريكها للقتال من أجل تنفيذ خطة إستراتيجية حربية " . وبالتالي فالتكتيك الإستراتيجي هو الطريقة

(أو النهج) التي تستخدمها المنظمة من أجل تنفيذ وإنجاز إستراتيجيتها ، ويشمل عادة كافة مجالات العمل وكافة جوانبه التخطيطية والتنظيمية ، والرقابية ، والإجرائية .

المظلة الإستراتيجية — 262-Strategic Umbrella

ويمكن تسميتها بمظلة الرؤية والرسالة ، هذا المصطلح مستخدم في مجال الإدارة الإستراتيجية ، ويشير إلى أن رؤية المنظمة ورسالتها المستقبلية ، هما الموجه لتحديد أهداف المنظمة ، التي عن طريق إنجازها يتم تحقيقهما (الرؤية والرسالة) وفي ما يلي شكل يوضح ذلك :



النافذة الإستراتيجية — 263-Strategic Window

ويسميها بعضهم بالنافذة التسويقية وهي معنى مجازي لمصطلح الفرصة الإستثمارية الموجودة في السوق ، التي يتوجب على المنظمة أو مشروع الأعمال أو المستثمر إكتشافها وتحديدها ومن ثم تقييمها والعمل على إستغلالها أو إستثمارها ، في ما إذا كانت نتيجة التقييم إيجابية . وبالتالي فالمعنى المجازي للنافذة هو أن الفرصة الاستثمارية في السوق هي بمثابة نافذة يتوجب على المشروع فتحها في جدار كبير هو السوق والدخول منها إليه أي استثمارها وتقديم شيء جديد له لم يقدمه المنافسون ، أو تقديم شيء موجود في السوق (سلعة ، خدمة) لكن بشكل أفضل مما يقدمه المنافسون . وبعد فتح النافذة يتوجب على المشروع أن يسارع إلى إغلاقها بسرعة أي يستغلها ، من أجل عدم السماح للمنافسين الدخول من هذه النافذة وإستغلال الفرصة المكتشفة من قبله . وعليه يمكن القول أن النافذة الإستراتيجية أو التسويقية هي تعبير مجازي أيضاً للميزة التنافسية التي سيتقدم بها المشروع إلى السوق وهي التي ليس بإمكان المنافسين تقديمها مثله .

264-Strategy إستراتيجية

الإستراتيجية مصطلح مشتق من الكلمة اليونانية Strategus وتعني الآمر Commender ، وقد إستخدم هذا المصطلح لأول مرة من قبل الإنكليز عام 1656 في المجال العسكري وكان يعني ما يلي :

- Stratos ويقصد به الجيش Army .
- Agein ويعني يقود To lead .

ثم طور إستخدام المصطلح في مجال العلوم العسكرية ليصبح معناه " تخطيط العمليات العسكرية الشاملة وعلى نطاق واسع ، ثم إنتقل إستخدام المصطلح إلى الإدارة حيث إستخدم بادىء الأمر في مجال التخطيط الطويل الأجل الذي أطلق عليه بعد ذلك تسمية : التخطيط الإستراتيجي Strategic Planning الذي أصبح بعد ذاك أحد العناصر الأساسية المكونة للإدارة الإستراتيجية . ويشير مفهوم الإستراتيجية في مجال الإدارة المعاصرة إلى خط سير أداء المنظمة الكلي من أجل تحقيق رسالتها وأهدافها وطموحاتها المستقبلية ، حيث توضح مجالات أعمالها التي ستمارسها في سبيل ذلك وكيف تدار أيضاً ، وما هو الإيراد المتوقع .

265-Strategy Building بناء الإستراتيجية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Strategy Formulation

تكوين الإستراتيجية

266-Strategy Formulation تكوين الإستراتيجية

أحد المكونات الأساسية التي تتكون منها عملية الإدارة الإستراتيجية ، وعمل يجري تنفيذه على شكل مراحل متسلسلة ينتج عنها تشكيل الإستراتيجية ، وهذه المراحل ما يلي :

- تحديد البدائل (عدة إستراتيجيات) في ضوء نتائج تحليل البيئتين الداخلية والخارجية .
- المفاضلة بين البدائل لإختيار البديل الأفضل الذي يسمى بالخيار الإستراتيجي Strategic Choice الذي في ضوئه توضع إستراتيجية المنظمة العامة .
- وضع الإستراتيجية العامة للمنظمة Corporate Strategy التي توضح وحدات الأعمال (مجالات الإستثمار) التي سوف تعمل فيها المنظمة لتحقيق أهدافها ، وبالتالي تحدد هذه الإستراتيجية مجالات عمل ونشاط المنظمة المستقبلي الطويل الأجل .
- وضع إستراتيجية الأعمال Business Strategy التي تحدد الأفعال وتصنع القرارات الخاصة بكل مجال أو وحدة أعمال على حده ، وذلك من أجل جعلها أقوى على منافسة الآخرين في السوق .

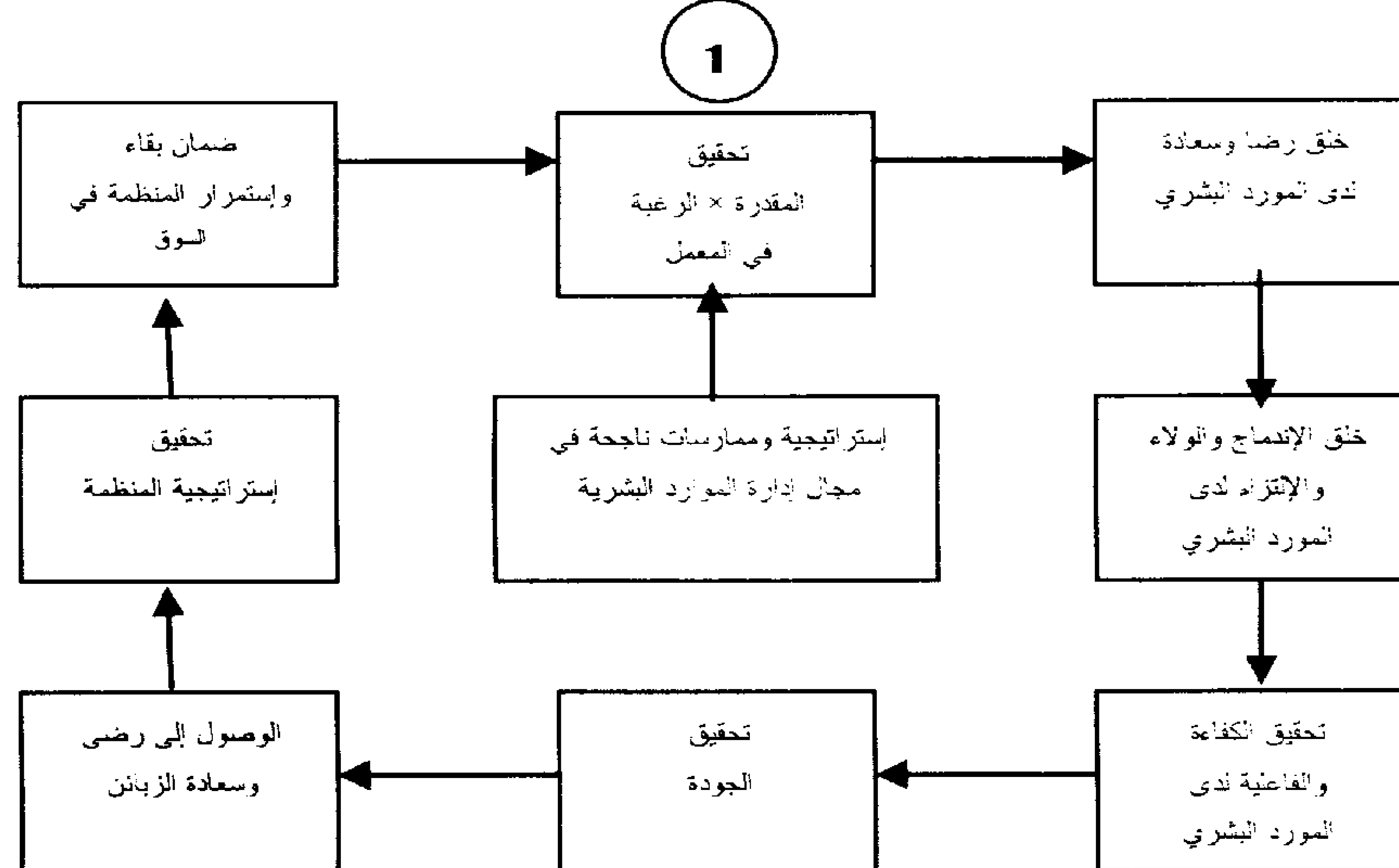
- وضع إستراتيجية الوظائف Functions Strategy التي تهدف إلى دعم الوظـائف (الأنشـطة) الرئيسة في كل وحدة أعمال على حده من أجل رفع إنتاجيتها وفاعليتها ، لتسهم في جعل وحدة الأعمال أقوى في مجال منافسة الآخرين في السوق .

267-Strategy Integration — تكامل الإستراتيجية

تتكون إستراتيجية المنظمة من ثلاث مستويات متدرجة من الأعلى إلى الأسفل وهذا التدرج يطلق عليه مصطلح " هيراركية الإستراتيجية " ، وتتكون هذه المستويات مما يلي : المستوى الأول ويمثل الإستراتيجية العامة ، والمستوى الثاني إستراتيجية الأعمال ، والثالث إستراتيجية الوظائف . في ضوء ما تقدم يشير مفهوم التكامل إلى أن المستوى الأعلى من الإستراتيجية هو الذي يحدد توجهات المستوى الأدنى ، بمعنى آخر أن المستوى الأدنى يضع توجهاته في ضوء متطلبات المستوى الأعلى .

268-Strategy of Human Resource Management Dimension — بُعد إستراتيجية إدارة الموارد البشرية

يعبر هذا البعد عن الهدف الطويل الأجل الذي تسعى إدارة الموارد البشرية إلى تحقيقه ، والذي يكون على شكل دائرة مستمرة ، ليشير إلى أن هذا البعد هو ذو طابع مستمر ، وفيما يلي شكل يوضح ذلك :



269-Strategy Staging — تسلسل مراحل الإستراتيجية

أحد الأمور الهامة التي يتوجب أخذها في الإعتبار عند تكوين الإستراتيجية ، ويقصد بهذا المصطلح تحديد تتابع مراحل تنفيذ الإستراتيجية ، مع تحديد الفاصل الزمني بين المرحلة والتي تليها . ويوضع التسلسل في ضوء إمكانات المنظمة ، وظروف البيئة المحيطة بها ، وظروف السوق .

270-Stratified Sample — العينة الطبقية

يقوم مفهوم هذه العينة على أساس تقسيم المجتمع الإحصائي إلى فئات أو طبقات بما يخدم أهداف البحث، كتقسيم الهيئة الإدارية في المنشأة إلى ثلاث فئات أو مستويات هي : الإدارة العليا ، الإدارة الوسطى ، الإدارة المباشرة .

271-Strengthen Weakness Balance Sheet — قائمة توزان القوة والضعف

صاحب هذه الفكرة هو الرئيس الأمريكي" بينجامين فرانكلين Benjamin Franklin "وتستخدم الآن في مجال تقييم وتطوير الذات بشكل خاص ، وفي مجال تقييم الرؤساء لأداء مرؤوسيهم من أجل تحسينه بوجه عام . ومفاد هذه الفكرة ما يلي : يتوجب على كل إنسان أن يحدد بينه وبين ذاته وبصدق وواقعية جوانب القوة والضعف لديه في قائمة مقسومة إلى قسمين : القسم الأول يحدد فيه نقاط قوته والقسم الثاني نقاط ضعفه ، ويسعى لاحقاً إلى فهم وإدراك ومن ثم تحديد أسباب جوانب الضعف لديه ليعالجها ويحولها إلى جوانب قوة تخدمه في عمله وفي حياته . وفي المقابل يسعى لفهم وإدراك نقاط القوة ليتمكن من تطويرها وتحسينها للإستفادة منها بشكل أكبر مستقبلاً ، لأنه إذا لم يفعل ذلك ، ستتحول إلى نقاط ضعف مع مرور الزمن . ويُستخدم نفس الأسلوب عندما يقيم الرئيس المباشر أداء مرؤوسيه من أجل تطويره وتحسينه .

272-Stress Interview — المقابلة الضاغطة

هي أحد أساليب تنفيذ المقابلات وتستخدم في مناسبات معينة ، حيث يجري تصميم المقابلة بشكل تثار فيه أعصاب الفرد الذي تجري مقابلته ، وذلك من خلال الأسئلة التي يطرحها أعضاء لجنة المقابلة عليه ، والغاية من ذلك تعريضه لضغوط معينة . ويُستخدم هذا الأسلوب بشكل خاص في عملية إختيار الموارد البشرية من أجل التعيين في وظائف يصاحبها ضغوط عمل متنوعة ومستمرة ، فتأتي هذه المقابلة من أجل الكشف عن مدى قدرة المتقدم لطلب العمل على تحمل ضغوط الوظيفة .كما يستخدم هذا الأسلوب أيضاً في عمليات التحقيق الأمنية من أجل إنتزاع الإعتراف بالحقيقة من قبل المتهمين ، فالضغط الذي يتعرضون له من خلال الأسئلة ، يجعلهم ينهارون ويبوحون بالحقيقة .

273-Strictness Rating Error — خطأ التشدد في التقييم

خطأ يقع فيه المقيمون وخاصة الرؤساء الذين يقيمون أداء مرؤوسيهم ، والمعلمون عند تصحيح الأوراق الإمتحانية لطلابهم ، حيث يميلون إلى التشدد والصرامة في تقدير جهود مرؤوسيهم في العمل أو طلابهم في الإمتحانات ، إعتقاداً منهم أن هذه الشدة ستدفعهم للعمل والجد بشكل أكثر .

274-Stricks, Riots and Civil Commotions Clause (SRCC) — شرط الإضراب والفتن والقلاقل التأميني

شرط تضعه بعض شركات التأمين يفيد ، بعدم مسؤوليتها عن الخسائر أو الأضرار التي يسببها العمال المضربون أو المتوقفون عن العمل ، أو العصيان المدني .

275-Structural Unemployment **البطالة الهيكلية**

هي التي تنشأ عن تغيرات في هيكل الإقتصاد ، مثل البطالة الناتجة عن التحول من إقتصاد مخطط مُلزم بتوفير فرص العمل والتوظيف ، إلى إقتصاد حر لا يكون ملزماً بذلك .

276-Structured Interview **المقابلة النمطية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Directed Interview

المقابلة الموجهة أو المخططة

277-Structured Problems **مشاكل نمطية**

ويسميها بعضهم بالمشاكل المحددة البنية التي تتصف بطابع التكرار ، أي عندما تحدث فهي تحدث بنفس الظروف والشكل وهي معروفة ، وهناك قواعد وإجراءات نمطية معروفة مسبقاً تستخدم من أجل التعامل معها ومثال عليها ، مشكلة تأخر الموظفين عن موعد العمل الرسمي صباحاً ، فهي مشكلة تتكرر يومياً ، وهناك إجراءات معروفة لمعالجتها .

278-Sub-Cotracting Industries **صناعات الظل**

مصطلح يطلق على المشاريع الصغيرة وخاصة المنزلية ودورها في مجال التنمية الإقتصادية والنمو الصناعي بشكل خاص ، حيث تقوم ومن خلال منتجاتها ، بتموين الصناعات الكبيرة والمتوسطة بإحتياجاتها من المواد والسلع .

279-Subject Classification Method **أسلوب التصنيف حسب الموضوع**

بموجب هذا الأسلوب توضع جميع الأوراق والمستندات المتعلقة بموضوع معين معاً وفي ملف واحد ، حتى ولو كانت هذه المستندات قد وردت من مصادر أو جهات متعددة .

280-Subject Filling Order **نظام التصنيف حسب الموضوع**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Subject Classification Method

أسلوب التصنيف حسب الموضوع

281-Subordinates -Performance Appraisal **تقييم المرؤوسين للأداء**

أحد المداخل المستخدمة في تقييم أداء الرؤساء ، حيث يطلب من مرؤوسيهم أن يقيموا أداء وفاعلية

رؤسائهم في العمل والإشراف والتوجيه ، من منطلق أن إحتكاك المرؤوسين المستمر برؤسائهم يُمكنهم من تقييم أدائهم بشكل دقيق ، لكن ليس هناك ضمان بأن يكون هذا التقييم موضوعياً ، بسبب خوف المرؤوس من رئيسه ، وتلعب حسن العلاقة بينهما أثراً في هذه الموضوعية ، لذلك ينصح أن تكون نتائج هذا التقييم إرشادية .

282-Subscription in Stocks &Bonds **الإكتتاب في الأسهم والسندات**

يقصد به تقديم الطلب اللازم لشراء الأسهم والسندات المعلن عن إصدارها ، خلال المهلة المحددة للإكتتاب .

283-Subsidary Bank **المصرف التابع**

هو المصرف الذي تكون النسبة الأكبر من رأس ماله ممتلكة من مصرف آخر ، الذي يشاركه في رسم سياسته وتوجيه العمل فيه .

284-Substandard Loans **القروض القياسية**

هي القروض التي يكون فيها هامش الحماية (الضمان) غير كافي ، بسبب وجود نقاط ضعف في عنصر الأمان المحتمل وجوده في قدرة المقترض على الوفاء بإلتزامه .

285-Substitute Goods **سلع بديلة**

السلعة البديلة هي السلعة التي يكون بإمكان المواصفات التي تحملها أن تشبع حاجة لدى المستهلك بدلاً من السلعة الأصلية التي كان يستخدمها أو يستهلكها لإشباع حاجته .

286-Suggestions Incentives Plan **خطة حوافز الإقتراحات**

خطة يكافأ بموجبها العاملين في المنظمة على الإقتراحات العملية التي يقدموها ، التي من خلالها يتم تحسين طرق أو نوعية الإنتاج والعمل ، أو تخفيض التكاليف وغير ذلك .

287-Super Computer **الحاسوب الفائق**

حاسوب ذو إمكانات كبيرة مصمم لتحقيق سرعات عالية ، وأنواع هذا الحاسوب محددة وتطبيقاتها كذلك ، وتتركز تطبيقاته بشكل خاص على برامج رحلات الفضاء ، والأرصاد الجوية ، التي تحتاج إلى معالجة حجوم هائلة من البيانات وبسرعات عالية جداً .

288-Supermarket **متجر الخدمة الذاتية**

محل لبيع السلع بالمفرق ، مساحته تكون كبيرة ، والخدمة فيه ذاتية أي أن الزبون يخدم نفسه بنفسه ، والسلع فيه معروضة ومتاحة للمستهلك أي أنها في متناول يده ، وله بابان الأول للدخول والثاني للخروج الذي عنده يدفع قيمة مشترياته ، وغالبية سلعه من السلع الإستهلاكية وسلع التسوق .

289-Supervisor المشرف

يعتبر المشرف المباشر الذي يعمل في المستوى الإداري الأول (الإدارة المباشرة) فريداً من نوعه داخل المنظمة ، إذ أنه الرئيس القائد الوحيد الذي يقوم بالإشراف على أعمال أشخاص غير إداريين (غير رؤساء)، فهو يشرف على مجموعة من المرؤوسين أو العمال الذين هم في قاعدة الهرم التنظيمي ، أي المنفذون الذين ينفذون الخطط والأعمال ، فوظيفته وموقعه يمثلان النقطة التي يتجمع عندها كافة التعليمات والقرارات القادمة من المستويات الإدارية الأعلى ليضعها هو والمشرفون الآخرون حيز التطبيق والتنفيذ ، كما يعد مصدراً هاماً للمعلومات التي تفيد المستويات الإدارية الأعلى في عمليات التخطيط والرقابة والمتابعة ..الخ . ويمكن تلخيص أهم مهام المشرف بما يلي :

- تخطيط العمل وتوزيعه على مرؤوسيه بشكل عادل ومتوازن .
- تحديد زمن إنجاز المهام لمرؤوسيه .
- متابعة ومراقبة عمل مرؤوسيه وإعداد التقارير اللازمة وتقييم أدائهم .
- تدريب مرؤوسيه وتوجيههم للعمل الصحيح .
- بث روح التعاون والفريق بين مرؤوسيه .
- تحفيز مرؤوسيه .

290-Supervisory Assistance Method أسلوب المساعدة الإشرافية

هو أحد أساليب التدريب التي تتم أثناء العمل ، فالمدرب هو الرئيس المباشر ، والمادة التدريبية هي خبرة ومهارة الرئيس المباشر ، ومكان التدريب هو العمل نفسه . فمن خلال توجيهات وإرشادات المدرب (الذي هو الرئيس المباشر) وتصحيح أخطاء المتدرب الذي هو مرؤوسه ، يتم تلافي جوانب الضعف في أداء المتدرب ، وتطويره وتحسينه للأفضل ، وبالتالي يمكن القول أن عملية التدريب هنا عملية مستمرة . ويقوم هذا الأسلوب على مفهوم أساسي مفاده : أن تدريب وتنمية أداء المرؤوس هي إحدى المهام الأساسية في الإشراف الإداري والقيادة الإدارية .

291-Supplier مزود (مورد)

ويسميه بعضهم بالمزود وقد يكون شركة صناعية أو تجارية أو تاجر جملة ..الخ ، وهو الذي يزود الآخرين (شركة ، شخص ، جهاز ..الخ) بحاجتهم لسلعة أو خدمة معينة .

292-Supplier is a Partner المزود هو شريك

إحدى الركائز التي نادت بتطبيقها إدارة الجودة الشاملة مفادها : النظر إلى المورد على أنه دعم للمنظمة وبالتالي يتوجب الأمر تحسين بل تعزيز العلاقة معه ، ليزودها بإحتياجاتها من المواد بمواصفات جيدة وسعر

مناسب وفي الوقت المطلوب ، وهذا يستدعي إطلاعه وبإستمرار على طبيعة العملية الإنتاجية والتعديلات التي تدخل على مواصفات جودة المنتج ، والوفاء بإلتزامات المنظمة تجاهه ، ودعمه عندما يحتاج إلى دعم ومساندة .

293-Supplier Record **سجل المزودون**

تحتفظ إدارات المشتريات في المنشآت عادة بسجل خاص بالموردين يتضمن أسماءهم وعناوينهم ، والمواد التي يوردونها ، ومواصفاتها ، وأسعارها ..الخ ، وتتضمن أيضاً تقييم كل منهم قبل وبعد التعامل معه . ويُستخدم الحاسوب عادة في تنظيم بيانات هذا السجل .

294-Supply of Human Resources **عرض الموارد البشرية**

هو أحد العنصرين اللذين يتكون منهما سوق العمل وهما العرض والطلب ، ويمثل ما هو متاح أو متوفر فيه من الموارد البشرية من مختلف التخصصات ، والمهارات ، والخبرات الراغبة في التوظيف والعمل من الجنسين . وتتوقف وفرة العرض أو نقصه على عوامل متعددة منها : طلب (حاجة) المنظمات على الموارد البشرية المرتبطة بالحالة الإقتصادية السائدة ، وبالتالي الطلب على منتجاتها أو خدماتها . كذلك قدرة أو طاقة المؤسسات التعليمية على رفد سوق العمل بالموارد البشرية ، ونوع الكفاءات فهناك تخصصات أو مهارات بطبيعتها نادرة ، فيكون عرضها قليل . وتجدر الإشارة إلى أن كل نوع من الموارد البشرية له عرض وطلب خاص به في سوق العمل .

295-Suspension **الوقف عن العمل**

كف يد الموظف أو إيقافه عن العمل ومباشرة واجباته الوظيفية بصفة مؤقتة ، ريثما ينتهي التحقيق في مخالفة مسلكية أو وظيفية يُشك بإرتكابه لها .

296-Sustaine of Competitive Advantage **تعزيز الميزة التنافسية**

ويسميها بعضهم بالتقوية ، ويقصد بالتعزيز هنا الطرق والوسائل التي يتوجب على المنظمة إتباعها من أجل حماية ميزتها التنافسية من التقليد من قبل منافسيها في السوق ، فالتقليد هنا يعني فقدان المنظمة لهذه الميزة التي تمتاز بها عن منافسيها . وهذه الحماية بالطبع لا يمكن أن تدوم للأبد ، فالمقصود بالحماية هنا إطالة فترة عدم التقليد لأطول فترة من الزمن ، وذلك بوضع عوائق فنية ، تسويقية ، مالية لا يكون بإمكان المنافسين تخطيها بسهولة .

297-Swap of Debt/ Equity **مبادلة الديون بحق الملكية**

عملية يتم من خلالها إعطاء الدائن حصة من حق ملكية الشركة لقاء إلغاء دينه عليها . تعتبر هذه المبادلة وسيلة أو أداة تتجنب من خلالها الشركات ضائقة مالية تمر بها ومواجهة الإفلاس .

298-Swing Shift	وردية العمل المتأرجحة

هي وردية العمل الثانية التي تبدأ من الساعة /4/ بعد الظهر وتمتد إلى منتصف الليل ووصفت بالأرجحة لأنها تقع بين ورديتين الأولى وتبدأ من الساعة 8 صباحاً – 4 بعد الظهر ، والثانية التي تبـدأ /12/ لـيلاً وحتى الساعة 8 صباحاً .

299-Switch to Part-Time	تحويل العاملين المتفرغين إلى غير متفرغين

سياسة تتبعها المنظمات في مجال تخفيض قوة العمل لديها من أجل الحد من التكاليف ، بموجبها يتم تحويل جزء من العاملين فيها من عاملين دائمين متفرغين بكامل وقت العمل الرسمي ، إلى عاملين مؤقتين غير متفرغين ، كوسيلة لإمتصاص الفائض في عدد العاملين لديها ، وكبديل عن تسريحهم بشكل نهائي ، وتخفيض تكلفة العمل فيها .

300-Synchronising Skill	مهارة التزامن

قدرة يمتلكها شخص ما تمكنه من التعامل السريع،والسهل،مع أنماط مختلفة من الشخصيات والسلوكات والتصرفات التي تصدر عن الآخرين وبآن واحد ، وذلك عند تفاعله معهم .

301-Synergy	تفاعل بيئي في ظروف معينة

مفهوم تناولته نظرية النظام System Theory ويشير إلى تفاعل عالي المستوى يحدث بين متغيرين بيئيين في ظل بيئة محددة ، فإذا تغيرت هذه الظروف أو لو وجد هذين المتغيرين في بيئة أخرى ، لما حـدث هـذا التفاعل ، وإذا حدث فتكون درجة التفاعل ضعيفة .

302-Systematic Sample	العينة المنتظمة

ويسميها بعضهم بالعينة العشوائية المنتظمة ، وتقوم على فكرة تحديد فرق ثابت لا يتغير بين كـل رقـم والرقم الذي يليه الذي يسمى بمسافة الإنتظام ، حيث يمكن التوصل إليها عن طريق قسمة عدد مفـردات المجتمع الإحصائي على عدد أفراد العينة المطلوبة . فإذا كان مجموع مفردات المجتمع الإحصـائي /1000/ مفردة وعدد مفردات العينة /50/ في هذه الحالة تكون مسافة الإنتظام 1000 /50 = 20 ، هنا يكـون سحب أفراد العينة على النحو التالي : 20 ، 40 ، 60 ، 80 ....الخ .

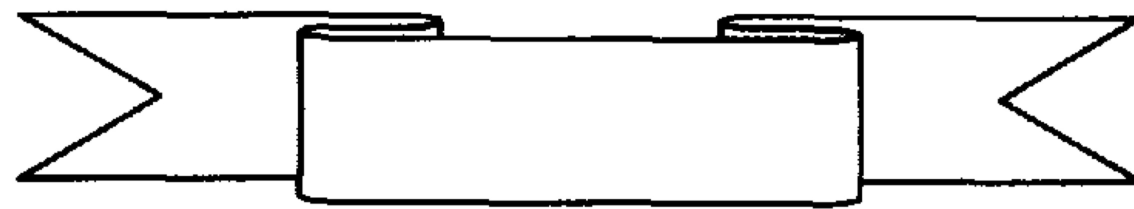
303-System of Automatic Monetary	نظام النقد الآلي

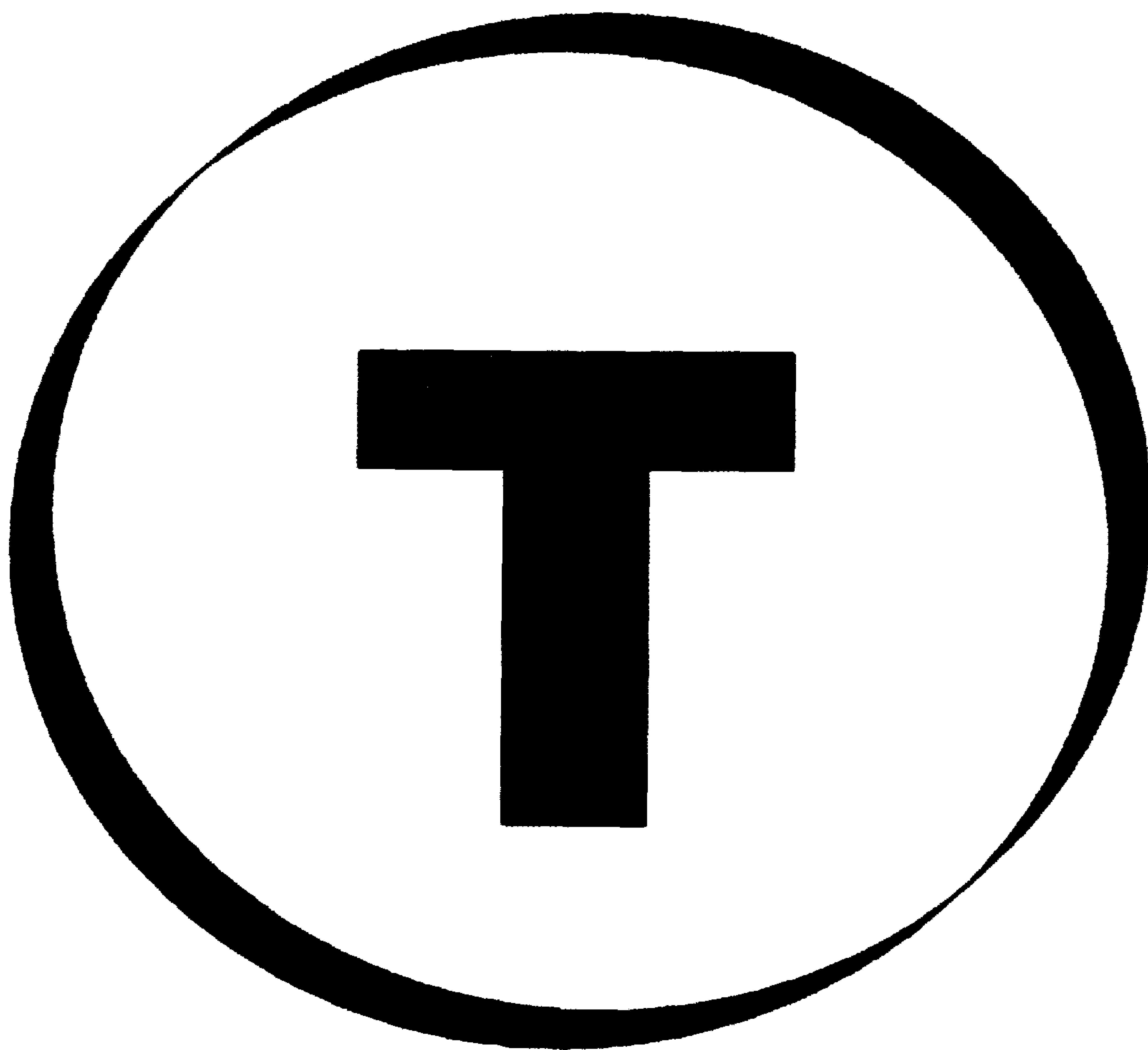
يقوم مفهوم هذا النظام على مسألة التوازن بين التصدير والإستيراد ، وإنعكاسه على الكتلة النقدية ، وأثر ذلك في الإقتصاد . فعندما يزداد حجم التصدير فسوف ترتفع معه حجم الكتلة النقدية ، وهذا الإرتفاع سيؤدي إلى إرتفاع في مستوى الطلب العام على السلع والخدمات في السوق الكلي ، مما يؤدي إلى إرتفاع أسعارها . وهذا الإرتفاع في الأسعار سيحدث إرتفاعاً في أسعار الصادرات ، التي سوف

ينخفض حجمها بسبب إرتفاع أسعارها ، وهذا يخفض من حجم الكتلة النقدية ، التي يصاحبه إنخفاض في حجم الطلب على السلع والخدمات . وهكذا تستمر العملية بشكل آلي في العملية الإقتصادية التي قوامها التصدير ، والإستيراد ، وحجم الكتلة النقدية ، والتوازن الآلي بينها .

نظرية النظام — 304-System Theory

تنظر هذه النظرية إلى المنظمة على أنها كيان إجتماعي مكون من مجموعة أجزاء (الإدارات : الإنتاج ، التسويق ، الشراء ...الخ) المتفاعلة مع بعضها في سبيل تحقيق هدف معين كلي مشترك ، وتسمى هذه الأجزاء بالأنظمة الفرعية المتكاملة التي تعمل جميعها ضمن النظام الكلي وهو المنظمة . فالفكرة الأساسية هنا هي التفاعل والإعتمادية المتبادلة بينها ، حيث يتأثر نشاطها ببعضها بعضاً ، فأي تقصير في أحدها ستتأثر به الأجزاء أو الأنظمة الفرعية الأخرى ، لأن الكل يعمل تجاه تحقيق الهدف الكلي للمنظمة (النظام الكلي) . وتؤكد هذه النظرية على أن النظام الكلي المنظمة هو نظام مفتوح على البيئة ، التي يتوجب التكيف معها بإستمرار لضمان النجاح .




T

1-Tacit Knowledge المعرفة الضمنية

يشير معنى هذا المصطلح إلى المعرفة الموجودة في عقول الخبراء والباحثين ، المكتسبة من خلال خبرات وتجارب ودراسات سابقة ، وبالتالي فهي عملية تراكمية لفترة ماضية من الزمن ، وتتصف بالطابع الشخصي ، مما يصعب الحصول عليها إلا من قبل من يمتلكها ، وبالتالي فهي مخزنة ومحفوظة في عقول أصحابها .

2-Tactic Planning التخطيط التكتيكي

ويطلق عليه التخطيط الفني أو التخصصي ، ويوضع لمساندة التخطيطي الإستراتيجي ، ويسعى إلى تحقيق أهدافه ، ويشمل كافة مجالات العمل في المنظمة (الإنتاج ، التسويق ، الشراء...الخ) . إذاً هو فن إستخدام وتشغيل موارد المنظمة من أجل تحقيق أهدافها . ففي مجال الإنتاج مثلاً قد يرى التخطيط التكتيكي إستخدام الإنتاج الآلي لزيادة كمية الإنتاج وجودته ، وتسريعه ، وتخفيض تكلفة العمل . وفي المجال المالي يقترح هذا التخطيط على سبيل المثال تحسين العلاقة مع المصارف للحصول على قروض بشروط سهلة .

3-Tactical Decisions قرارات تكتيكية

هي القرارات التي تصنع في مجال التخطيط التكتيكي ، وهي قرارات تخصصية تهدف إلى تحسين العمل في وظائف ونشاطات المنظمة ، فهناك قرارات تكتيكية في مجال الإنتاج ، والتسويق..الخ. فصنع قرار في مجال الإمداد يقضي بتحسين العلاقة مع الموردين وإعتبارهم بمثابة الشركاء لضمان إستمرارية توريد المواد وبأسعار مناسبة ، هو قرار تكتيكي .

4-Take- Home Pay صافي الأجر أو الراتب

هو المبلغ المالي الذي يحصل عليه العاملون في المنظمة لقاء عملهم وجهدهم فيها ، بعد إقتطاع الحسميات المقررة منه كضريبة الدخل ، الضمان الإجتماعي ...الخ .

5-Talent Management إدارة المواهب

الموهبة البشرية عملة نادرة ، فإذا خرجت من الشركة أو المنظمة ، فسوف تذهب إلى شركة منافسة أخرى ، وإنسحابها منها يعد خسارة ، وسبباً في تفوق المنافسين عليها ، والميزة التنافسية لا تكمن في نظام العمل ، ونظام المعلومات في الشركة ، بل في العاملين الموهوبين ، لذلك لابد من إدارة المواهب التي تمتلكها المنظمة التي تقوم على مايلي :

- جذب المواهب من سوق العمل .
- جذب المواهب من المنافسين .

- ترغيب المواهب التي تمتلكها المنظمة بالبقاء لديها .
- مقارنة المواهب التي تمتلكها المنظمة مع مواهب المنافسين ، فإذا كانت أقل منهم عليها إذاً البحث عن مواهب إضافية وإستقطابها .
- جعل الموهبة أساساً في تقييم الأداء وتمييز الموهوبين من العاملين عن غيرهم ومكافأتهم بسخاء .
- إستثناء التعامل مع الموهوبين (تعينهم ، تحفيزهم ، إجازاتهم ...الخ) من الأنظمة والإجراءات .
- جعل إدارة المواهب جزءاً من رسالة المنظمة وثقافتها التنظيمية .
- توفير مناخ مادي ونفسي وإجتماعي ممتاز للموهوبين .

6-Talking Skill — مهارة التحدث

تمثل هذه المهارة أحد ركني الإتصال الشفهي وهما : الإصغاء والتحدث ، فهذه المهارة تساعد المتصل على نقل مايريد نقله من معلومات ، وأفكار ..الخ بشكل واضح ومفهوم للآخرين أو المتصل بهم ، وتتكون هذه المهارة مما يلي :

- الثقة بالنفس .
- التفاعل السريع مع المتصل به والرد على إستفساراته .
- تقييم مستوى إدراك وفهم المتصل به خلال الدقائق الأولى من الحديث ومدى إلمامه بالموضوع الذي سيتحدث عنه المتصل ، فهذا يساعد على تحديد مدى ونطاق ما سوف يتم شرحه (إختصار ، إسهاب ...الخ) .
- عدم صدور حركات لا إرادية من المتحدث تصرف ذهن المصغي إليها فلا ينتبه لما يقال له .
- تركيز النظر في وجوه أو وجه من يجري التحدث معه .
- عدم السرعة والتأني في الحديث .
- عدم التحدث بوتيرة واحدة لكي لا يحدث مللاً لدى المستمع .

7-Tall Organization — المنظمة الطويلة

هي التي يكون هيكلها التنظيمي طويلاً بسبب تعدد المستويات الإدارية فيها ، مما ينتج عنه ضيق نطاق الإشراف لدى المديرين ، وطول خطوط السلطة الرسمية والإتصال الرسمي التي تربط قمة الهرم التنظيمي مع قاعدته .

8-Tally Trade — تجارة التقسيط

هي أحد أشكال البيع الآجل ، بموجبها يدفع المشتري قيمة البضاعة التي إشتراها على دفعات أو أقساط، وفق جدول زمني متفق عليه بين البائع والمشتري ، وتكون قيمة السلعة المشتراة أعلى من قيمتها في ما لو دفعت نقداً عند شرائها .

9-Tangible Resources **موارد ملموسة**

يقصد بها الموارد المادية التي تستخدمها المنظمات في سبيل تحقيق مخرجاتها ، وتمثل القسم الأكبر من مدخلاتها ، فالآلات ، ورأس المال العامل ، والأبنية ...الخ جميعها موارد ملموسة .

10-Target Audience **الجمهور المستهدف**

فئة أو شريحة من الناس يراد التعامل معهم ، أو مخاطبتهم ، أو نقل رسالة أو موضوع ما لهم وإحاطتهم به ، أو تقديم سلعة أو خدمة لهم . وتعد مسألة تحديد الجمهور المستهدف مسألة هامة في مجال التسويق ، والعلاقات العامة ، والإعلام ، لأنها تساعد على معرفة الخصائص المشتركة بين أفراده ، مما يسهل التعامل معهم وفق أو بما ينسجم مع هذه الخصائص .

11- Target Market **سوق مستهدف**

جزء أو شريحة من المستهلكين في السوق تم تصنيفها حسب معيار معين مثل مستوى الدخل ، أو الجنس (ذكر أو أنثى) أو العمر ...الخ ، من أجل توجيه سلعة أو خدمة إليهم تتوافق مع حاجتهم أو رغبتهم وإشباعها ، وبالتالي فهم يمثلون زبائن محتملين لشراء السلعة .

12-Tarif **التعرفة الجمركية**

رسم تفرضه الحكومة على سلعة معينة مستوردة من الخارج ، من أجل زيادة إيراداتها المالية ، وفي الوقت نفسه حماية منتجها الوطني المحلي المماثل للسلعة المستوردة .

13-Task **مهمة جزئية (واجب)**

يعبر هذا المصطلح عن واجب (أو أكثر) يقع ضمن وظيفة واحدة One Position يؤديها شخص (أو فريق) واحد ويتحمل مسؤوليتها. وعليه فالوظيفة الواحدة قد تشتمل على مهمة (أو واجب) واحدة Task أو أكثر ، فهذه المهام مجتمعة تشكل مهمة الوظيفة Position أو ما هو مطلوب إنجازه منها . وتجدر الإشارة إلى أن العديد من المؤلفين يستخدمون مصطلح Task كبديل لمصطلح Position ، هذا ممكن لأن مجموع المهام الجزئية Tasks تشكل مهمة الوظيفة .

14-Task Analysis Inventory Technique **أسلوب قائمة جرد تحليل المهمة**

أحد الأساليب المستخدمة في مجال تحليل العمل والوظائف ، بموجبه يجري تقسيم الوظائف المراد تحليلها في المنظمة إلى مجموعات وظيفة Families متجانسة ومتشابهة من حيث طبيعتها وخصائصها . ومن ضمن كل مجموعة ينتقى وظيفة أساسية Focal (بؤرية) تعتبر من أكثر وظائف المجموعة مهاماً ومسؤوليات وتحتاج لعدد من المهارات والقدرات المتنوعة ، حيث في ضوء المعلومات المجموعة والمتاحة عن هذه الوظيفة الأساسية (البؤرية) ، يقوم المحلل بإعداد قائمة بمهامها ومتطلباتها وتسمى هذه القائمة بقائمة جرد وتحليل

المهام ، التي تقوم بدور المعيار الذي على أساسه ستحلل وظائف المجموعة ، ذلك لأن التحليل سيكون بمقارنة المعلومات المجموعة عن كل وظيفة مع قائمة جرد تحليل المهام ، ليحدد من خلال المقارنة أي من مهام ومتطلبات القائمة موجودة في الوظيفة التي يجري تحليلها . وبعد عملية التحديد يقوم المحلل بإعداد تقرير تحليلي خاص بكل وظيفة من وظائف المجموعة ، وتتكرر العملية بنفس الأسلوب في تحليل المجموعات الوظيفية الأخرى .

15-Task Break Down — (تجزئة) المهمة

أحد الأعمال التي يقوم بها تحليل العمل Job Analysis ، حيث يقوم بتجزئة المهمة الواحدة أو العمل الواحد إلى جزئياتها (جزئياته) التي تتكون منها ، لتحديد مواصفات الفرد الذي سيقوم بأدائها ، وكذلك لتحديد أسلوب هذا الأداء بشكله الصحيح ، ولمعرفة المخاطر المحتملة المصاحبة لها ، من أجل وضع السبل لحماية من يؤديها .

16-Task Force — القوة الوظيفية

هي أحد أشكال فرق العمل ، وهي عبارة عن جماعة عمل يتم تشكيلها من العمال في قاعدة الهرم التنظيمي المسؤولين عن إنتاج السلعة أو تقديم الخدمة ، ومهمتها تحديد المشاكل المشتركة التي تعاني منها الأعمال أوالوظائف التشغيلية ودراستها ووضع حلول لها . يفهم من ذلك أن القوى الوظيفية ينحصر عملها وإهتمامها بالجوانب التشغيلية ، وليس لها علاقة بالنظم والسياسات وصنع القرارات ، ويتصف عملها بطابع الحركة وليس الثبات ، لذلك يجب أن يكون أعضاءها من ذوي الخبرة والإلمام العملي .

17-Task Leader — قائد المهمة

هو أحد أنماط القيادة الإدارية التي حددها كل من "بلاك وموتون" في نظريتهما الشبكة الإدارية ، حيث يحتل هذا النمط الموقع (1.9) ، الذي من خلاله يركز القائد جُل إهتمامه على العمل والإنتاج ولا يهتم بمرؤوسيه والعلاقات الإنسانية .

18-Task-Oriented Employees — موظفو : العمل له الأولوية

هم أحد أنماط الموظفين الذين لديهم حب كبير لعملهم فشعارهم هو " العمل أولاً ، فهمهم الأساسي هو إنجاز مهامهم وما يكلفون به على الوجه الأفضل .

19-Tax — الضريبة

مبلغ من المال تفرضه الدولة من خلال وزارة المالية على جميع المواطنين أي أنه إلزامي ، دون حصولهم على مقابل مباشر بل بشكل غير مباشر ، حيث يتمثل هذا المقابل غير المباشر بالخدمات الحكومية

والمشاريع التنموية التي تقدمها الدولة لهم . والضريبة أنواع منها ضريبة الدخل ، والضريبة على الأرباح ، وضريبة المبيعات وغيرها ، حيث من خلالها تمول الحكومة جزءاً كبيراً من إحتياجاتها المالية .

20-Tax Burden **العبء الضريبي**

مجمل المبالغ (الضرائب) المفروض أن يدفعها الشخص الإعتباري أو الطبيعي لخزينة الدولة في فترة زمنية معينة ، نتيجة ممارسته لنشاط تجاري أو إقتصادي أو العمل في منشأة ما ..الخ .

21-Tax Exceptions **الإعفاءات الضريبية**

حسميات محددة تحددها الدولة وتُخصم من إجمالي الدخل الكلي المحقق من قبل المكلف بالضريبة خلال فترة زمنية محددة ، مثل الإعفاء الضريبي الممنوح على التعويض العائلي ، ونفقات العلاج الطبي العائلي ، أو الإنفاق على الوالدين إذا كان المكلف يعيلهما ... الخ . وتختلف هذه الإعفاءات ونسبها من دولة لأخرى .

22-Tax Incentives **حوافز ضريبية**

تخفيضات وإعفاءات ضريبية بنسب معينة تقدمها الدولة للقطاع الخاص والأفراد ، لتشجيعهم على تأسيس مشاريع إستثمارية تنموية تخدم الصالح العام ، وقد تُقدم هذه الحوافز للمستثمرين من خارج البلد من أجل تحفيزهم على الإستثمار فيه .

23-Tax Rate **المعدل الضريبي**

هو النسبة المئوية من الوعاء الضريبي الذي يتوجب على المكلفين بالضريبة دفعه لخزينة الدولة ويتم حسابه على النحو التالي :

$$\frac{\text{الضريبة المدفوعة}}{\text{الوعاء الضريبي}} \times 100$$

24-Taylorism **التايلورية**

صفة أُطلقت على أفكار رائد مدرسة (حركة) الإدارة العلمية " فريدريك ونسلو تايلور Frederick W.Taylor" في ما يتعلق بالإدارة بوجه عام وبتصميم العمل بوجه خاص ، حيث وضع مبادىء محددة لهذه الغاية هي ما يلي :

- تجزئة العمل الواحد إلى جزيئات متناهية في الصغر لتسهيل أدائه ، وزيادة التخصص فيه ، والإستعاضة عن العمال المهرة بغير مهرة الذين أجورهم أقل .
- إستبعاد الحركات الزائدة التي يؤديها العامل التي لا لزوم لها وتصميم حركات وطريقة عمل جديدة أفضل ، مع تحديد زمن الحركات الجديدة وإلزام العامل بها .
- وضع مستلزمات العمل بجانب العامل لتقليل إنتقاله من مكان لآخر .

- إبعاد الأعمال التحضيرية والخدمة البسيطة عن العمال المهرة وإسنادها لعمال يدوين غير مهرة ، من أجل تخفيض الأجور وتفريغ المهرة للأعمال الهامة .
- التركيز على الحوافز المالية النقدية لزيادة إنتاجية العامل .

25-Team Building بناء فريق العمل

عملية متكاملة يتم من خلالها تشكيل أو تكوين جماعة عمل (لا يوجد عدد نمطي لأعضائها) من أجل أداء مهمة أو عمل محدد وبشكل كامل ، وتكون مسؤولة جماعياً عن إنجاز المهمة . وتمر عملية بناء الفريق بمراحل متسلسلة هي ما يلي :

- تعيين قائد الفريق الذي يسمى أحياناً بمنسق العملية أو المهمة التي سوف يكلف بها الفريق .
- تعيين أعضاء الفريق .
- شرح وتوضيح مهمة الفريق للأعضاء .
- تحديد نطاق سلطة الفريق .
- وضع خطة عمل الفريق من أجل إنجاز مهمته .
- توزيع الأدوار (المهام والمسؤوليات) على أعضاء الفريق .
- تحديد إجراءات العمل داخل الفريق .
- وضع معايير أداء الفريق .
- تحديد أسلوب تقييم أداء الفريق وهدفه المكلف به .

26-Team Learning and Training التعلم والتدريب على العمل ضمن الفريق

برنامج يُعَلَّمْ فيه المتدرب أسلوب العمل الجماعي ضمن الفريق ، ويدرب كيف يمارس مهمته فيه ، ويركز على الجوانب التالية :

- كيف يفكر مع الآخرين .
- كيف يناقش ويتحاور بشكل بناء مع أعضاء فريق العمل .
- كيف يتعاون مع أعضاء الفريق .
- كيف يمارس التنسيق مع الآخرين أعضاء فريقه .
- كيف يتوصل مع أعضاء الفريق إلى حلول وأشياء جديدة مبتكرة .
- كيف يتأقلم هو وأعضاء الفريق ويتفاعلون مع المتغيرات التنظيمية .
- كيف يتحمل المسؤولية الجماعية مع أعضاء الفريق .
- كيف يمارس عملية إتصال فعالة مع أعضاء الفريق الآخرين .

27-Team Sponsoring Promotion **الترويج عن طريق الفريق المحلي الرياضي (راعي الحدث الرياضي)**

إحدى وسائل الترويج التي تستخدمها الشركات في الترويج لمنتجها أو خدمتها ، حيث تقوم بطباعة إسمها أو إسم منتجها على الأدوات الرياضية التي يستخدمها الفريق الرياضي المحلي أو الوطني كالقمصان والحقائب وغيرها ، حيث بهذه الوسيلة تتمكن الشركة من الدعاية والإعلان لمنتجها أو خدمتها للزبائن المحليين وغير المحليين وتعريفهم به / بها ، فبهذه الطريقة تكون قد إستغلت تعاطف ومحبة الجمهور المحلي (وغير المحلي) لفريقه الرياضي والمشجعين له ، للدعاية لمنتجها أو خدمتها .

28-Team-Work **فريق عمل**

يمثل الإتجاه المعاصر في تنفيذ العمل داخل المنظمات المعاصرة ، حيث أصبح يُنظر للهيكل التنظيمي على أنه كيان قانوني مكون من فرق عمل تعمل في كافة المستويات الإدارية ، فالفريق الواحد يتكون من عدة أعضاء لهم قائد يدعى بقائد الفريق ، والأعضاء يتشاركون مع قائدهم في تخطيط وتنفيذ مهام الفريق وتحقيق أهدافه ، وتحمل مسؤولياته بشكل جماعي ، فلا مجال للفردية والأنانية ، فمصلحة الفريق والمنظمة هما الأول . ويخطيء بعضهم عندما يستخدم مصطلح فريق العمل كمرادف لمصطلح جماعة العمل ، فالفرق بينهما أن الفريق هو أكثر تجسيداً للعمل الجماعي التعاوني ، وأكثر حرية ومرونة وإعتمادية وتناغماً وتماسكاً من الجماعة . ففي الألعاب الرياضية لا نقول جماعة كرة القدم ، بل نقول فريق كرة القدم ، للدلالة على الإندماج ، والتعاون ، والإنسجام ، والترابط ، والتكامل ، بين أعضاء الفريق الرياضي لتحقيق الفوز .

29-Team-Work Incentives **حوافز فريق العمل**

مكافأة مالية تدفع لفريق العمل الذي يحقق معيار الأداء والإنتاج المطلوب منه ، ودفعها لا يكون على أساس الجهد الفردي ، إنما على أساس جهد جميع أعضاء الفريق أي بالتساوي .

30-Technical Authority **السلطة الفنية**

هي السلطة المستمدة من المعرفة والخبرة الطويلة التي يتمتع بها الموظفون القدامى ، والعلماء ، والخبراء في ميدان عمل معين ، حيث تكسبهم الإحترام والتقدير من قبل الآخرين ، وتسمى بالسلطة غير الرسمية .

31-Technical Obsolescence of Product **تقادم المنتج فنياً**

يشير معنى التقادم الفني هنا إلى أن المُنْتَجْ لم يعد قادر على إشباع حاجة ورغبة المستهلك من ناحية الأداء، والمواصفات ، والجودة ...الخ بكفاية ، وذلك نتيجة لإكتشاف علمي جديد قدم منتجاً جديداً قادراً على تحقيق إشباع أكبر وأفضل لحاجة ورغبة المستهلك من المنتج القديم .

32-Technical Skill — المهارة الفنية

تمثل الإحتراف في أداء مهنة أو حرفة معينة (طبيب ، نجار ، كهربائي ، محامي ...الخ) ، حيث يمتلك ممارسها المقدرة على أداء مهامها وتحمل مسؤولياتها بدرجة عالية من الكفاءة والفاعلية ، كما يمتلك المقدرة على إستخدام الأدوات المستخدمة فيها بدرجة عالية من المهارة أيضاً .

33-Technogracy — التكنوقراطية

وتعني إدارة الأجهزة الحكومية من قبل فنيين متخصصين ، ويشير مفهوم هذا المصطلح إلى الإدارة العامة الفنية في الأجهزة الحكومية ، الذي يؤكد على ضرورة إلغاء العقلية البيروقراطية التقليدية في إدارة هذه الأجهزة ، وتكسير حواجز روتين العمل الحكومي العقيم ، فالمشاكل التي تواجه الأجهزة الحكومية اليوم ليست مشاكل عادية روتينية كما كان عليه الوضع في السابق ، وحلها أو التعامل معها لا يكون عن طريق الطرق النمطية التقليدية ، فالأجهزة الحكومية اليوم تواجه أنواعاً جديدة من المشاكل والتحديات والنشاطات التي يركز جميعها على العلم والتكنولوجيا ، فالموظفون الحكوميون التقليديون لم يعودوا مناسبين للعمل في الأجهزة الحكومية في الوقت الحاضر ، فهي بحاجة إلى فنيين متخصصين في تكنولوجيا الحاسوب والإتصالات الإلكترونية ...الخ ، لتدار الأجهزة الحكومية بفاعلية ، بحيث تتماشى مع التطورات المعاصرة، وهنا ظهرت سلطة جديدة هي سلطة الفنيين المتخصصين في الأجهزة الحكومية .

34-Technological Group — المجموعة التكنولوجية (التقنية)

تجميع لعدد من الآلات والمعدات والعمال في مجموعة عمل واحدة (مرحلة إنتاجية ، خط إنتاج ..الخ) متجانسة متكاملة من حيث الخبرة والمهارة ، بحيث يكونوا قادرين على إستخدام تجهيزات العمل في المجموعة بكفاءة عالية وتنسيق جيد ، لإنجاز مهمة أو عمل معين بمستوى عالي من الجودة ، وبأقل تكلفة ، وبأقل قدر ممكن من الإشراف والتوجيه .

35-Tecnological Unemployment — البطالة التكنولوجية (التقنية)

وتمثل القوى العاملة التي تسرحها المنظمات بسبب إدخال وتطبيق العمل الآلي ، الذي تحل بموجبه الآلة محل الجهد البشري في تنفيذ الأعمال ، فعلى خطوط إنتاج السيارات مثلاً ، أصبح العديد من مراحل تجميع قطع السيارة تتم بشكل آلي دون الحاجة لليد العاملة والجهد البشري ، وأدى الأمر إلى تسريح العديد من العمال الذين أصبحوا عاطلين عن العمل (بطالة) .

36-Technology Transfer — نقل التكنولوجيا (التقنية)

يُعرف نقل التكنولوجيا بوجه عام بأنه عملية نقل رسمي للإكتشافات والإختراعات الجديدة الناتجة عن البحوث في القطاع الصناعي . ويتباين هذا التعريف بدرجة ما عن تعريف نقل التكنولوجيا من وجهة نظر العلم والمعرفة ، والصناع وفق ما يلي :

- التعريف من وجهة نظر العلم : نقل رسمي للإكتشافات والإختراعات الجديدة الناتجة عن البحوث العلمية التي تقوم بها الجامعات ومراكز البحث العلمي والعلماء لفائدة قطاع الأعمال بمختلف مجالاته.
- التعريف من وجهة نظر الصناعة : الآلية التي تمكن الشركات من تلبية إحتياجاتها الخاصة من التكنولوجيا عبر شراء تكنولوجيا وخبرة شركات أخرى ، أو جلب الترخيص بإستخدامها .

37-Telecommuting — الإتصال والعمل عن بُعد

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Tellworking

العمل من خلال الإتصال الشبكي

38-Teleform Computer Program — برنامج تحويل الأوراق إلى بيانات إلكترونية

يعمل هذا البرنامج على تحويل نماذج الدراسات الورقية ، ورسائل الفاكس ، والبريد الإلكتروني ، إلى بيانات إلكترونية يمكن إدخالها مباشرة في الحاسب الآلي لتحليلها في الحال .

39-Tele-Homeworking — العمل (التشغيل) المنزلي بالهاتف

بعض الناس لا يرغبون أو ليس لديهم إمكانية العمل في الشركات ، والتقيد بمواعيد العمل الرسمي ، والأنظمة والبرامج واللوائح ، ويفضلون الحرية في العمل وذلك في منازلهم التي يعيشون فيها . هؤلاء يمارسون أعمالاً لا تحتاج إلى أدوات ومعدات معقدة ، ويعملون عادة لحساب منتج واحد ، الذي يطلب منهم عن طريق إحدى وسائل الإتصال إنتاج الكميات التي يحتاجها ، وعليه فالمنتج في هذه الحالة يشتري كامل الإنتاج وبشكل مستمر، وبالتالي فهو يستفيد بأنه يضمن توريد مستمر لنوع معين من مستلزمات عمله .

40-Tellworking — العمل من خلال الإتصال الشبكي

طريقة مستخدمة في مجال تنفيذ وإدارة العمل عن بُعد ، تعتمد على شبكة وتقانة إتصال حاسوبية ، حيث يتمكن الرئيس أو الموظف النفاذ من بعيد إلى مواقع العمل (موظفون ، إدارات ، أقسام ...الخ) داخل المنظمة ، لإرسال أو الحصول على معلومات ، أوامر، توجيهات ...الخ . وهذا لا يمكن إلا إذا كانت هذه المواقع والعاملين مرتبطين ببعضهم بشبكة وتقانة معلومات، ويتوفر لديهم المقدرة على إستخدام الحاسوب،

والنفاذ إلى شبكة المعلومات الحاسوبية الخاصة بالمنظمة . إذاً العمل عن بُعد يمكن أن يتم من المنزل ، أو من بلد آخر ، وهذا يعني تطبيق مبدأ قوة العمل الإفتراضية التي تمثل جزءاً من موارد المنظمة البشرية التي لا تعمل داخل مقرها ، حيث تقوم بأداء أعمالها دون تواجد مادي في مكان العمل ذاته ، وبالتالي فهذا الأسلوب تفعيل للامركزية العمل .

41-Teller **موظف الكوة في المصرف**

هو الموظف الذي يكون في حالة تماس مباشر مع عملاء المصرف ، من خلال الخدمات المصرفية التقليدية التي يقدمها لهم ، حيث يقوم بكافة الإجراءات المتعلقة بعمليات الإيداع والتحصيل وقبض ودفع المبالغ للعملاء .

42-Teller Machine **الصراف الآلي**

جهاز مصمم ليستخدم من قبل زبائن المصارف ، يوضع خارج مبناها ، أو في الأسواق الكبيرة ، أو في المطارات ..الخ ، حيث يسمح هذا الصراف لزبون المصرف بالإستفسار عن رصيده ، أو سحب مبلغ معين من المال من حسابه ، أو إيداع مبلغ فيه . وآلية عمل هذا الصراف هي أنه يقوم بقراءة المعلومات التعريفية عن الزبون من خلال بطاقته الخاصة التي تحتوي على رقعة مغناطيسية فيها إسم صاحب البطاقة ، ورقم حسابه ، وصورته ، ورقم البطاقة .. الخ ، حيث يقوم العميل بإدخالها في فتحة مخصصة لها .

43-Temporary Employees **العاملون المؤقتون**

هم الذين يعملون لفترة زمنية محددة طالما أن المنظمة بحاجة إلى خدماتهم ، ويعملون بكامل زمن العمل الرسمي كالعاملين الدائمين ، لكن يختلفون عنهم من حيث تعويضاتهم ومزاياهم الوظيفية ، ولا يعتبرون عاملين موسميين أو متفرغين جزئياً Part-Time .

44-Temporary Employment **إستخدام (توظيف) مؤقت**

أحد أشكال التوظيف المستخدمة في المنظمات ، بموجبه يُستخدم موظف أو عامل لفترة زمنية محددة بموجب عقد عمل موقع من قبل الطرفين الموظف والمنظمة ، ويكون التعويض (الراتب، الأجر) المدفوع للمؤقتين أقل من العاملين الدائمين . وتلجأ المنظمات إلى هذا النوع من التوظيف لتلبية ضغط عمل مؤقت لكن غير معروف متى ينتهي ، أو من أجل تخفيض تكلفة العمل ، على إعتبار أن المؤقتين لا يتمتعون بالمزايا الوظيفية الممنوحة للعاملين الدائمين ، وتكون تعويضاتهم أقل منهم . يتميز هذا الإستخدام بالمرونة في مجال قوة العمل وقلة مشاكله ، على إعتبار أن الفرد يعرف مسبقاً بأن هناك إحتمال لتسريحه من العمل بعد إنقضاء فترة العقد ، الذي يكون دائماً قابل للتجديد برغبة الطرفين .

45-Temporary Layoff **تسريح مؤقت من العمل**

هو إستغناء المنظمة عن بعض العاملين فيها لفترة زمنية محدودة ثم إعادتهم للعمل لديها . وتلجأ المنظمات هذه السياسة لمواجهة ظرف مؤقت يواجهها كإنخفاض حجم الطلب على منتجها مؤقتاً ، فلكي لا تزداد تكاليفها خلال هذه الفترة تعمد إلى تبني هذه السياسة .

46-Tenacity Ability **القدرة على المثابرة**

إحدى الصفات التي تسهم في جعل الموظف أو العامل متميزاً ، وتعني قدرته على متابعة الموقف والبقاء فيه (عمل ، مهمة ، خطة ...الخ) أي الإستمرار فيه ، حتى الإنتهاء منه وتحقيق الغاية المنشودة منه ، وهذا يستوجب منه أن يكون قادراً على التحمل والصبر والأناة .

47-Tender **مناقصة**

دعوة عامة للمزودين من قبل المنشأة للإشتراك في تلبية حاجتها من مادة أو أكثر أو من التجهيزات (آلات وغيرها) . وتتم هذه الدعوة من خلال إعلان توضح المنشأة فيه نوعية حاجتها ، وكميتها ، ومواصفاتها ، وشروط التسليم والفحص ، والضمانات أو التأمينات ، وغرامات التأخير عن التسليم في الموعد المحدد ...الخ . حيث يتقدم العارضون أو الموردين بعروضهم بمغلفات مختومة يوضحون فيها سعرهم خلال المدة التي تحددها المنشأة . وفي موعد محدد تفتح هذه المغلفات من قبل لجنة بحضور العارضين ، حيث يتم إختيار السعر الأقل .

48-Terminology **المصطلح العلمي**

يشير معنى هذه الكلمة إلى الإصطلاح الفني الذي إستقر لفظه ومعناه في مجال التطبيق لظاهرة أو مفهوم معين ، بحيث أصبح يحدد بوضوح مدلول الظاهرة أو المفهوم في اللغة التي يتم التفاهم بها بين الناس .

49-Test of the Market **إختبار السوق**

أسلوب تتبعه بعض الشركات الصناعية المنتجة للسلع عندما تريد طرح منتجاً جديداً لأول مرة في السوق ، حيث تعرض فيه كمية صغيرة منه ، لتعرف ردة فعل المستهلك تجاهه ورأيه فيه من حيث : مزاياه، جودته ، أداءه ، خدمته ، سعره ...الخ . فالمعلومات المرتدة التي تحصل عليها المنظمة من المستهلكين أو الزبائن ، هي بمثابة تغذية عكسية ، يمكن أن تستفيد منها في إجراء بعض التعديلات على منتجها ، بما يتوافق مع رأي المستهلك وما يريده ، وبعد ذلك يمكن لها أن تطرحه في السوق بشكل واسع وبكميات كبيرة .

50-Test- Retest Method **أسلوب إعادة الإختبار أكثر من مرة**

أسلوب يُستخدم من أجل الحكم على مدى صحة تنفيذ عملية إختبار ما ومفاده ، أنه إذا أعيد أو كُـــرر نفس الإختبار أكثر من مرة ، يُفترض أن تكون نتائج تكرار الإختبارات متقاربة ، حيث كلما كانت درجة التقارب عالية دل ذلك على صحة الإختبار والعكس من ذلك صحيح .

51-The Best Prophet of the Future Is the Past **أفضل تنبؤ للمستقبل هو أنه إمتداد للماضي**

أحد أساليب التنبؤ الإحصائي الخاص بالمتغيرات والظواهر البيئية ويقوم على مبدأ هو : أن ما حـــدث في الحاضر هو إمتداد لما حدث في الماضي ، وما سوف يحدث في المستقبل هو إمتداد لمـــا حـــدث في الماضـــي والحاضر . فإذا كان مستوى الدخل الفردي في حالة صعود منذ خمس سنوات وحتى الآن ، إذاً نتوقع أنـــه سيحافظ على إرتفاعه مستقبلاً إذا استمرت نفس الظروف ، فإتجاه المتغير البيئي في الماضي والحاضر هـــو مؤشر لإتجاهه المستقبلي .

52-The Right Man in the Place **الرجل المناسب في المكان المناسب**

قاعدة معروفة وشائع تدولها في مجال إختيار وتعيين العاملين تفيد : إلى ضرورة إختيار العـــاملين بشـــكل جيد، بحيث تتوفر فيهم الشروط والمواصفات اللازمة للتوظيف ، وبشكل تتوافق إمكانـــاقم ومـــؤهلاقم مع متطلبات العمل أو الوظيفة التي سوف يعينون فيها .

53-Thematic Apperception Test **إختبار الإدراك الترابطي عن طريق المقالة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Apperception Test

إختبار الإدراك الترابطي

54-Theoritical Capacity of Production **طاقة الإنتاج النظرية**

تمثل قدرة أو إمكانية المصنع (أو خط الإنتاج) على الأداء والتصنيع ، على أساس الإستخدام الكامـــل لجميع عوامل الإنتاج الموجودة ، ودون وجود أي توقف أو عطل أو ضياع .

55-Theoritical Personality **الشخصية النظرية**

يهتم صاحب هذه الشخصية عادة بالسعي لإكتشاف الحقائق لمجرد التوصل إليها ومعرفتها وليس لغايـــة إستخدامها والإستفادة منها في الواقع العملي ، وذلك لإشباع حاجة أساسية لديه كالمعرفـــة ، والمباهـــاة ، والتميز ...الخ .

56-Theory of Classic Economy **نظرية الإقتصاد الكلاسيكي**

ويسميها بعضهم بالنظرية الكلاسيكية في الإقتصاد ، حيث تقوم على الأسس والمفاهيم الرئيسة التالية :

- آلية السوق أي أن السوق ينظم نفسه بنفسه ولا حاجة لتدخل الحكومة لتنشيط الطلب أو خلق التوازن بين العرض والطلب ، فالعرض يخلق الطلب المقابل .
- الإقتصاد متوازن عند نقطة التشغيل الكامل وبشكل دائم .
- مرونة الأسعار والأجور .
- حرية التجارة الخارجية .
- تدخل الدولة يقتصر على النشاطات ذات الأبعاد الإنسانية والإجتماعية .

نظرية الإدارة الكلاسكية 57-Theory of Classical Management

تعبر هذه النظرية عن إتجاه فكري لمجموعة من المفكرين في الإدارة ، لكل منهم نظريته الخاصة ، لكن جميعهم متفق حول إتجاه ونظرة عامة واحدة حول الإدارة ، وقد ظهرت في الفترة الواقعة مابين نهاية القرن التاسع عشر وأوائل القرن العشرين ، وجاء ظهورها في فترة سيادة النظام الرأسمالي وهيمنته على الصناعة والإقتصاد ، والمنافسة الحرة ، والعلاقة غير الديموقراطية بين أصحاب الأعمال والعمال ، وأهم سمات وأفكار هذه النظرية مايلي :

- الإنسان آلة يدار وفق حاجة العمل ورغبة صاحبه .
- الإدارة والعمال لديهم صفة الرشد .
- المنظمة نظام مغلق يتأثر بالمتغيرات الداخلية ، أما الخارجية فتأثيرها ضعيف .
- تسعى هذه النظرية لتحقيق المثالية في كل شيء داخل المنظمة .
- تعتمد على مبدأ السلطة والنفوذ في القيادة الإدارية .
- العلاقات داخل المنظمة هي علاقات تتصف بطابع الرسمية .
- التعاون مسألة أساسية لنجاح العمل .
- لابد من وجود قواعد وإجراءات تضبط العمل .
- التحفيز يجب أن يكون مادياً .
- مركزية السلطة وصنع القرارات .
- فصل الرقابة عن التنفيذ .
- التدريب مسألة مهمة لرفع إنتاجية العمال .

وأهم النظريات الفرعية التي تشتمل عليها النظرية الكلاسيكية هي ما يلي :

- نظرية الإدارة العلمية (فريدريك تايلور) .
- نظرية التقسيم الإداري (هنري فايول) .
- النظرية البيروقراطية (ماكس فيبر) .

58-Theory of Cooperative System — نظرية النظام التعاوني

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Social System School

مدرسة النظام الإجتماعي

59-Theory of Human Relations — نظرية العلاقات الإنسانية

هي إحدى نظريات الإدارة أو إحدى مدارس الفكر الإداري ، جاءت نتيجة تجارب وجهود مفكر أمريكي (مع مجموعة من زملائه) يدعى "إلتون جورج مايو Elton G.Mayo " أجراها في " مصانع هوثورن Hawthorne " في "شركة الويسترن إلكتريك .Western Electric Co " الأمريكية في العشرينات من القرن الماضي ، التي إنتقد فيها أفكار نظرية الإدارة العلمية لفريدريك ونسلو تايلور Frederick W.Taylor ، وإعتبر الإنسان أهم عناصر العمل وأن إنتاجيته مرتبطة بمستوى روحه المعنوية، وفي ما يلي أهم الأفكار التي تضمنتها نظرية العلاقات الإنسانية :

- العنصر البشري في العمل مخلوق إجتماعي بالفطرة وليس مخلوقاً إقتصادياً فقط .
- القيادة الديموقراطية ذات تأثير كبير في إنتاجية العمل والعاملين .
- التوافق والإنسجام الإجتماعي بين العاملين عامل هام ومؤثر في إنتاجية العاملين .
- الحوافز المعنوية لها أثر كبير في معنوية العاملين .
- وجود علاقة طردية بين إنتاجية العامل وروحه المعنوية .
- العمال لا يجابهون الإدارة فرادى بل جماعات .
- إستخدام السلطة والنفوذ والعلاقات الرسمية لا تناسب طبيعة النفس البشرية .

60-Theory of Leadership Traits — نظرية سمات القيادة الإدارية

يشير مضمون هذه النظرية إلى أن هناك خصائص أو سمات معينة إذا توفرت في الرئيس أصبح قائداً إدارياً . وإذا أردنا فهم القيادة علينا أن ندرس ونفهم هذه الصفات مثل : الذكاء ، الأمانة ، الإتزان ، القدرة على صنع القرار ، الثقة بالنفس ...الخ . وتجدر الإشارة إلى أن جزءً من هذه السمات موروث ، والجزء الثاني هو مكتسب من الحياة والبيئة التي يعيش فيها القائد .

61-Theory of Scientific Management — نظرية الإدارة العلمية

ظهرت هذه النظرية في أوائل القرن الماضي العشرين ورائدها "فريديريك ونسلو تايلور Frederick W.Taylor " الذي لقب بأبي الإدارة العلمية . لقد إنصب إهتمام هذه النظرية على الحد من الإسراف ، وتخفيض تكلفة العمل ، ورفع إنتاجية العامل ، لذلك جاء تركيزها على قاعدة الهرم التنظيمي أي على العمال والمشرفين عليهم ، وفي سبيل تحقيق هذه الأمور نادت بما يلي :

- تطبيق دراسة الحركة والزمن التي تحدد للعمال الحركات التي سيؤدوها والزمن الذي تستغرقه كل منها وإلزامهم التقيد بها .
- الحوافز المادية هي الأساس .
- تقسيم العمل والتخصيص الدقيق .
- التعاون أساس نجاح العمل .
- الرقابة الصارمة والمتابعة هما صمام أمان للنجاح .
- ضرورة الإختيار السليم للأفراد والآلات .
- تدريب العمال أساسي لرفع إنتاجيتهم .
- المنظمة نظام مغلق يتأثر نشاطها بالمتغيرات الداخلية .
- إستخدام أسلوب البحث العلمي الذي يطبق ملاحظة الظواهر وإستخلاص النتائج وإختبار الفرضيات عن طريق التجربة .

62-Theory of Situational Leadership **نظرية القيادة الموقفية**

يشير مضمون هذه النظرية إلى أنه لا يوجد نمط أو أسلوب قيادي أمثل يصلح لكافة المواقف والظروف ، وبالتالي فالقائد الجيد هو الذي تكون لديه القدرة العالية على التكيف مع متطلبات المواقف التي تصادفه ، ولديه أيضاً درجة عالية من المرونة لمواءمة نفسه مع المواقف المتغيرة ، مستخدماً الصفات والقدرات المتوفرة لديه ، بحيث يشكل منها نمطياً قيادياً يتناسب مع كل موقف على حده .

63-Theory of Social System **نظرية النظام الإجتماعي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Social System School

مدرسة النظام الإجتماعي

64-Theory of Traditional Management **نظرية الإدارة التقليدية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Theory of Classical Management

نظرية الإدارة الكلاسيكية

65- Thin Market **سوق ضعيف**

هو ذلك السوق الذي يكون فيه حجم الطلب على السلعة (أو السلع بوجه عام) قليلاً أو محدوداً لأسباب كثيرة منها على سبيل : شدة المنافسة ، إنخفاض مستوى دخل الفرد...الخ .

66- Thinker Employees — الموظفون المفكرون

فئة من الموظفين الذين يحبون التفكير ويتركون التنفيذ للآخرين ، فهم يركزون على ما يتوجب عمله ، ويتركون كيف يتم ذلك للآخرين .

67- Thinking Maps — خرائط التفكير

صاحب فكرة خرائط التفكير هو "إدوارد دي بونو Edward De-Bono " الذي أشار إلى أن العقل وطبيعة التفكير هما المرشد الذي يهتدي به الفرد في صنع قراراته وتصرفاته . لقد وضع إدوارد ست نماذج للتفكير سمى كل نموذج منها بالقبعة ، حيث لكل منها لون يعبر عن نموذج معين من التفكير ، وفيما يلي توضيح لمضمون كل نموذج أو قبعة :

- القبعة البيضاء (البيانات والحقائق والأرقام) : صاحبها تفكيره موضوعي وهو حيادي ويركز على الحقائق المؤيدة بالأرقام .
- القبعة الحمراء (الحدس والمشاعر والعواطف) : يتصف تفكير صاحبها بالعصبية والغضب والإنفعال والسرعة في صنع القرار والتصرف ، والحساسية .
- القبعة السوداء (التفكير السلبي) : يتصف تفكير صاحبها بالتشاؤمية ، وبالتالي فهو حذر لكل شيء ، ولا ينظر للأمور بنظرة تفاؤلية .
- القبعة الصفراء (التفكير الإيجابي) : يتصف تفكير صاحبها بالتفاؤل والأمل ، ويتوقع دائماً حدوث تغيرات إيجابية .
- القبعة الخضراء (الإبداع والإبتكار) : يتصف تفكير صاحبها بالتفكير المفتوح والرؤية المستقبلية، ويسعى للأفكار الجديدة ، فاللون الأخضر دليل على العشب والأشجار التي تنمو بإستمرار ، فالأفكار لديه في حالة توالد .
- القبعة الزرقاء (التحكم) : يتصف صاحب هذا اللون بالسيطرة على تفكيره وتحكيم العقل قبل العاطفة، لذلك تراه يتحكم بأموره وقراراته بعقله لا بعاطفته ، ويسيطر على عمله .

68-Thinking System — نظام التفكير

أحد الأسس التي يقوم عليها منهج التعلم المستمر المعاصر ، الذي يُستخدم لدعم عمليات التدريب التي تقوم بها المنظمات والمؤسسات المتخصصة في مجال التدريب والتنمية . بموجبه يُعلم المتدرب كيف يفكر بشكل صحيح ، وذلك من خلال دراسته لمكونات المسألة أو الموضوع أو الموقف ...الخ ، وإيجاد العلاقة القائمة بينها ، وكيف يحلل هذه العلاقة ويصل في النهاية إلى إستنتاجات محددة ، تشكل لديه رؤية وفهماً واضحين ، مما يمكنه من إتخاذ الإجراء اللازم والصحيح حيالها .

69-Third-Party Peace Making Method — أسلوب الطرف الثالث في حل الخلاف (المحكم)

أسلوب شائع إستخدامه في المنظمات والحياة العامة مفاده : أنه عند حدوث خلاف من نوع ما بين طرفين ولم يعد بإمكانهما الوصول إلى حله أو تسويته ، يلجأن إلى طرف ثالث ذي خبرة في هذا الخلاف (محكم إستشاري) من أجل دراسته وإيجاد تسوية مناسبة يقبل بها طرفا الخلاف ، وبالتالي حل الصراع أو الخلاف بينهما .

70- Time and Motion Study — دراسة الحركة والزمن

دراسات ميدانية قامت بها الإدارة العلمية في مطلع القرن العشرين بريادة المهندس " فريدريك ونسلو تايلور " Frederick Winslow Taylor " بموجبها صممت الحركات النموذجية أو المعيارية التي يجب أن يتقيد بها العمال أثناء أدائهم لأعمالهم وخلال أزمنة محددة ، بحيث يكون لكل حركة زمن معياري خاص بها يجب الإلتزام به . وهدفت هذه الدراسات إلى إستبعاد الحركات الزائدة وتصميم حركات جديدة لإختصار الوقت في أداء العمال ، من أجل رفع إنتاجيتهم وتسريع وتيرة العمل . وقد إستخدمت هذه الدراسات في قياس زمن أداء الحركات ساعة ضبط الوقت Stopwatch ، لتسجيل الوقت الذي يستغرقه العامل في أداء كل حركة ، وهذا التسجيل يتم من خلال مراقبة شخصية بالعين المجردة لأداء (حركات) العمال .

71-Three C'z — ثلاثة C'Z

هي القاعدة الشائعة التي على أساسها يتم منح الإئتمان المصرفي ، ويقصد بها الثقة أو الإطمئنان إلى مقدرة العميل أو الزبون على دفع قيمة الإئتمان في موعد إستحقاقه ، وسلوكه ، وسمعته في السوق ، وبالتالي تتشكل هذه القاعدة مما يلي :

- السلوك الشخصي Character .
- المركز المالي للعميل ومقدرته على السداد Capacity .
- رأس المال ويقصد به الثروة وكيفية إدارتها Capital .

72- Time Card — بطاقة الوقت

أنظر تفصيلاً في المصطلح المرادف :

Clock Card

بطاقة قيد الوقت

73-Time Deposit — وديعة لأجل

مبلغ من المال يطلب عميل المصرف إيداعه في حساب ثابت غير قابل للسحب ولمدة محددة ، وذلك مقابل فائدة يختلف سعرها غالباً حسب مدة الإيداع ، حيث تزداد الفائدة مع طول فترته .

74-Time Management إدارة الوقت

أسلوب شخصي يمكن أن يستخدمه أي إنسان (مدير ، رئيس قسم ، مرؤوس ...الخ) يستمكن من خلاله أن يخطط وينظم وقت عمله الخاص وحياته الخاصة ، ويستغلها أحسن إستغلال . ويقوم هذا الأسلوب على منهجية مفادها :

- إدراك وجود ضياع للوقت من خلال مؤشرات كثيرة منها على سبيل المثال : التوتر أثناء العمل، تأجيل البت في الأعمال ، إرتفاع هرم الملفات ، تقادم المعاملات ، كثرة العمل الإضافي .
- تحديد مصدر ضياع الوقت الذي إما أن يكون الشخص نفسه ، أو المنظمة ، أو الآخرون ، أو البيئة .
- تحديد مسببات ضياع الوقت .
- وضع الحلول من أجل تلافي ضياع الوقت .

وبوجه عام يهدف أسلوب إدارة الوقت إلى القضاء على مضيعات الوقت ، من خلال تخطيطه وتنظيمه ، وجعل زمن العمل المتاح أكبر ، مما يخفف من الشعور بعبء وضغط العمل ويجعل الأداء أكثر فاعلية .

75-Time Rate Pay دفع الراتب أو الأجر على أساس معدل الزمن

هو أحد المعايير المستخدمة في دفع الرواتب والأجور ، حيث يتم الدفع أو تحديد الأجر المستحق على أساس وحدة الزمن التي يقضيها العامل أو الموظف في عمله ، والتي يمكن أن تكون بالساعة ، أو الأسبوع، أو الشهر .

76-Time Series سلسلة الزمن

هي مدى تكرار حدوث قيم الظاهرة موضع الدراسة في تتابع زمني متتالي في الماضي ، وقد يكون هذا التتابع شهرياً ، أو سنوياً ...الخ . ويفيد هذا التسلسل في تحديد إتجاه الظاهرة في الماضي هل هو في حالة صعود ، أم هبوط ، أم مستقر ، من أجل التنبؤ بإتجاه الظاهرة مستقبلاً .

77-Time Standard معيار الوقت

هو الوقت المخصص (ساعة ، يوم ، أسبوع ، شهر) لإنجاز وحدة عمل واحدة بمستوى جودة محدد ، وبالتالي فمعيار الوقت (الذي يطلق عليه بعضهم تسمية أخرى هي مقياس الوقت) هو الوقت المسموح به للعامل أو الموظف أو الوحدة الإدارية ...الخ ، أن يُنجز خلاله وحدة عمل مكلف /مكلفة بها ، وبالتالي فهو يعتبر أحد المعايير التي يقاس ويقيم بوساطته مدى أو مستوى كفاءة الأداء . إذاً يمكن القول بأن معيار

الوقت شيء إلزامي ويشير إلى الزمن الذي يجب أن يستغرقه أداء أو إنجاز وحدة واحدة من العمل .

78-Time Study **دراسة الوقت**

أحد العناصر التي يقوم عليها تخطيط الوقت ضمن منهجية إدارة الوقت ، من خلالها يدرس حجم العمل (المهام والواجبات التي يؤديها الفرد) اليومي ، والأسبوعي ، والشهري ، وتحديد الأعمال المتكررة وغير المتكررة ومدى أهمية كل منها ، من أجل تخصيص الزمن اللازم لتنفيذ كل واحدة منها ، للوصول إلى الإستخدام أو الإستثمار الأمثل لوقت العمل المتاح .

79-Time Ticket **بطاقة الوقت**

بطاقة ممغنطة إلكترونياً يحملها الموظف أو العامل معه ، ليدخلها في آلة لتسجيل زمن حضوره للعمل ، وبالتالي فقد حلت هذه الآلة والبطاقة محل وظيفة مراقب الدوام ، الذي يسجل زمن حضور العاملين للمنظمة وإنصرافهم منها .

80-Time -to- Market **السلعة متاحة في السوق عند الحاجة إليها**

أحد المبادئ التسويقية التي يتوجب العمل بها في مجال تسويق السلع بوجه عام والإستهلاكية بشكل خاص ، فالسلعة (أو الخدمة) يجب أن تكون متاحة أمام المستهلك في السوق عندما يحتاجها. فهو لا ينتظر المنتج والتاجر لحين يوفراها له ، لأن هناك بدائل أخرى لها يمكنه شراءها كبديل عنها ، وخاصة بالنسبة للسلع الاستهلاكية التي يتوفر منها بدائل كثيرة كأنواع الطعام ، والمكياج...الخ .

81-Timeless- Sense **عدم الإحساس بالوقت**

يستخدم هذا المصطلح في مجال إدارة الوقت ، ويعبر عن عدم إحترام الموظف للزمن وعدم إهتمامه بوقت العمل الرسمي ، حيث يهدره في أمور غير نافعة ، أو ينجز العمل بوقت أطول بكثير مما يحتاجه ، وذلك بسبب إضاعة الوقت في أمور بسيطة ، وعدم الإحساس بالزمن الذي هو صفة يتصف بها الموظف غير الكفؤ .

82-Timeliness Design **تصميم عبر الزمن**

مصطلح يُستخدم في مجال الجودة والتصميم الهندسي للمنتج ، ويشير مفهومه إلى تصميم منتج هندسياً بمواصفات وجودة مرغوب فيهما من قبل الزبون ، بحيث تدوم هذه الرغبة لفترة طويلة من الزمن ، بسبب إستمرار قدرة المنتج على تلبية حاجته .

83-Tome Peters Quality Model **نموذج "توم بيترز " عن الجودة**

ولد "توم في الولايات المتحدة الأمريكية عام 1942 وعمل في البنتاجون ، ويقوم نموذجه على أساس دراسات قام بها على /43/ شركة أمريكية ، وأبرز أفكاره ما يلي :

- الجودة هدف كل من يعمل في المنظمة وهي الوسيلة الأساسية لتحقيق الرضى لدى الزبون .
- تحقيق الجودة مسؤولية كل من يعمل في المنظمة .
- تبني إتصال فعال ومستمر مع الزبائن لمعرفة مطالبهم وآرائهم .
- تدريب العاملين يجب أن يقوم على أساس كيف نحقق الرضى لدى الزبون .
- التطوير والتحسين عملية مستمرة .
- تبني ديموقراطية الإدارة والعمل والمشاركة من قبل العاملين .
- تبني أسلوب فرق العمل لتنمية الروح الجماعية .

84-Top- Down Forcasting — التنبؤ من الأعلى للأسفل

هو الذي يتم من قبل المديرين في الإدارة العليا وبمساعدة التنفيذيين في المستويات الإدارية الأدنى ، وذلك من خلال ما يمتلكونه من خبرات ومهارات ، وفي ضوء هذا التنبؤ تبني الوحدات الإدارية الدنيا تقديراها المتعلقة بحجم عملها.

85-Top- Down Planning — التخطيط من الأعلى للأسفل

يشير هذا المصطلح إلى الإتجاه الذي يسير فيه وضع خطة المنظمة ، فمبوجبه يبدأ التخطيط من الأعلى بإتجاه قاعدة الهرم التنظيمي أو المستويات الإدارية الأدنى ، حيث تقوم الإدارة العليا برسم الإطار والتصور العام لخطة المنظمة المستقبلية بعد الإتفاق عليها وبما يخدم أهدافها ونقله إلى المستوى الأدنى ، ليقوم بتفصيل هذا الإطار وجعله أقرب للواقع والتنفيذ ، إلى أن ينتهي الأمر بأن جميع المستويات الإدارية وما تشتمل عليه من تقسيمات إدارية (وحدات) ، تكون قد وضعت خططها التفصيلية في ضوء خطط وأهداف المستويات الأعلى ، مما ينتج عنه سلسلة من الخطط تنتقل من العام إلى التفصيل .

86-Top Management Team — فريق الإدارة العليا

هو المديرون في المستوى الإداري الأول في هيكل المنظمة التنظيمي ، الذين يملكون سلطة تنفيذية ، وخبرة عالية في العمل ، وقدم وظيفي ، فهم مدراء محترفون Professionals ، ومسؤولون مسؤولية متكاملة عن وضع إستراتيجية المنظمة ، وعن كافة نشاطاها وأعمالها وأدائها الإستراتيجي الكلي وتحقيق أهدافها .

87-Total Compensation — التعويض الكلي

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Compensation Package

حزمة التعويض

88-Total Labor Force-Labor Market — قوة العمل الكلية في سوق العمل

تمثل مجموع السكان في منطقة جغرافية معينة (محافظة ، مدينة ، دولة) وفي فترة زمنية محددة ، الذين يعملون ، والمؤهلون الذين يبحثون عن عمل ولديهم الرغبة فيه ، والذين يؤدون خدمة العلم ومؤهلين للعمل ، وكذلك الذين لا يبحثون عن عمل على الرغم من أنهم قادرون عليه .

89-Total Market Demand — الطلب الكلي في السوق

يمثل مجموع السلع والخدمات الكلي الذي يمكن أن يتم إقتناؤه أو طلبه من قبل مجموعة معينة من المستهلكين ، في منطقة جغرافية وفترة زمنية محددتين ، وفي بيئة تسويقية محددة ومعروفة أيضاً .

90-Total Quality Certification Services-International — خدمات شهادة الجودة الشاملة الدولية

شركة إسترالية تأسست سنة 1994 وتعمل في حقل الجودة الشاملة ، حيث تعمل على منح شهادات دولية في هذا المجال للشركات في كافة أنحاء العالم لمن يتقدم منها بطلب للحصول على شهادتها ، بعد أن تخضع لمعايير تدقيق ومراجعة شاملة لنشاطها ، وذلك من قبل مدققين تابعين لها في عدد من بلدان العالم .

91-Total Quality Control — الرقابة الشاملة على الجودة

تشير إلى النمط الياباني المستخدم في الرقابة على جودة الإنتاج ، وهي تمثل جزءاً أساسياً من نهج إدارة الجودة الشاملة . بموجب هذه الرقابة الشاملة توضع معايير جودة لكل مرحلة إنتاجية ، ولكل فريق عمل، ولكل عامل أو موظف ، حيث على الجميع الإلتزام بها وتحقيقها ، فبهذا الشكل تكون مسؤولية الرقابة على الجودة مسؤولية كل من يعمل في المنظمة ، لأن الكل معني بها ومسؤول عنها .

92-Total Quality Environnement Management (TQEM) — إدارة الجودة الشاملة المهتمة بالبيئة

مصطلح يشير مفهومه إلى أن الإهتمام بالبيئة والمحافظة عليها وعلى مواردها وعلى نظافتها وعدم تلويثها، ركن أساسي في منهجية إدارة الجودة الشاملة . وبالتالي يؤكد هذا المصطلح على مسألة أخلاقيات الأعمال التي يتوجب على المنظمة التي تود تطبيق إدارة الجودة الشاملة أن تجعله شعارها ، فعلى المنظمة تقديم النفع للمجتمع والبيئة التي تعيش في كنفهما .

93-Total Quality Management (TQM) — إدارة الجودة الشاملة

فلسفة إدارية حديثة تأخذ شكل نهج أو نظام إداري شامل ، قائم على أساس إحداث تغييرات إيجابية جذرية لكل شيء داخل المنظمة ، بحيث تشمل هذه التغييرات : الفكر ، السلوك ، القيم ، المعتقدات التنظيمية ، المفاهيم الإدارية ، نمط القيادة ، نظم وإجراءات العمل ...الخ ، وذلك من أجل تحسين وتطوير كل شيء في المنظمة للوصول إلى أعلى جودة في مخرجاتها (سلعة أو خدمة) ، وبأقل تكلفة ، بهدف تحقيق

أعلى درجة من الرضى لدى زبائنها ، عن طريق إشباع حاجاتهم ورغباتهم وفق مايتوقعونه ، بل وتخطي هذا التوقع ، تماشياً مع إستراتيجة تدرك أن رضى الزبون وهدف المنظمة هدف واحد ، وبقاء المنظمة ونجاحها وإستمراريتها يعتمد على هذا الرضى ، وكذلك على رضى كل من يتعامل معها من غير الزبائن كالموردين وغيرهم .

94- Total Quality Management as Approach to Job Design — إدارة الجودة الشاملة كمدخل لتصميم العمل

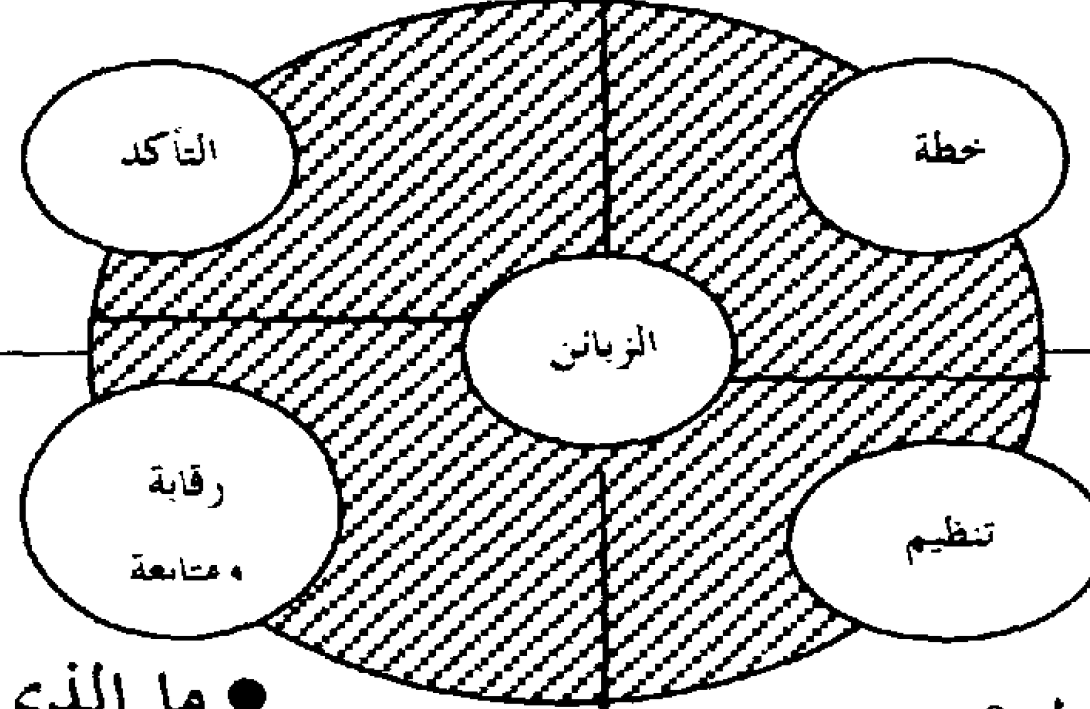
تقوم إدارة الجودة الشاملة على أساس تحقيق الجودة والتميز في كل شيء داخل المنظمة ، وبالتالي السعي إلى تصميم عملياتها وأعمالها ونظمها لتحقيق هذه الغاية ، التي تؤدي بدورها إلى جعل الزبائن في حالة رضى عالية ، مما يساعدها على البقاء ومنافسة الآخرين . من خلال ما تقدم تسعى إدارة الجودة عند تصميم أعمال المنظمة وعملياتها إلى ما يلي :

- وضع أهداف الأعمال بما ينسجم مع رسالة المنظمة وإستراتيجيتها .
- توحيد الأنماط السلوكية للعاملين وعاداتهم في العمل ، عن طريق وجود ثقافة تنظيمية نابعة من رسالة المنظمة .
- تنفيذ جميع الأعمال من خلال فرق عمل ، فالعمل الجماعي هو شعار المنظمة .
- تدار فرق العمل بشكل ذاتي وهذا يتطلب تفويضها السلطة الكافية وتوفير الحرية لها في ممارسة العمل .
- أن توفر الأعمال فرصة التعلم والتدريب المستمرين لشاغليها ، من أجل تحقيق التحسين المستمر للعمل .
- توفير فرصة النمو الذاتي للعاملين .
- خدمة ورضى الزبائن مسؤولية كل عمل من قمة الهرم التنظيمي وحتى قاعدته .
- التحسين المستمر للعمل جزء أساسي من مسؤولية كل عمل .

95- Total Quality Management Process — عملية إدارة الجودة الشاملة

تتكون هذه العملية الإدارية في مجال إدارة الجودة الشاملة من الوظائف الإدارية التالية : التخطيط ، التنظيم ، الرقابة والتقييم ، التأكد ، ويمكن توضيح هذه العملية بالشكل التالي :

• من هم الزبائن • مالذي يحتاج إليه الزبون ؟ • مالذي يتوجب علينا فعله لإشباع مايحتاجه الزبائن ؟	• هل تم عمل كل شيء من أجل تحقيق الرضى لدى الزبون (الغاية منع حدوث عدم الرضى لديه) .
• تحديد من الذي سينفذ التخطيط ؟ • تحديد ماذا سينفذ ؟ • تحديد متى يتم التنفيذ ؟ • تحديد أين سيتم التنفيذ ؟	• ما الذي سوف نقيسه ونقيمه وهذا يشمل : • تقييم من الذي نفذ ؟ • تقييم فرق التنفيذ ؟ • تقييم مكان التنفيذ . • تقييم أسلوب التنفيذ .



96-Trade Advertising — إعلان تجاري

هو الذي يوجه من منتج إلى تجار ، أو من تاجر إلى تجار آخرين .

97-Trade Area — منطقة تجارة

منطقة جغرافية تحددها المنظمة (شركة ، مشروع) بعد إجراء دراسة تسويقية عليها ، لتسويق سلعتها أو خدمتها فيها وهي ما تسمى بالسوق الجغرافي المستهدف .

98-Trade Balance — الميزان التجاري

بيان يوضح حركة الصادرات والواردات في بلد معين مع الدول الأخرى ، فعندما يزيد حجم الصادرات على المستوردات ، فهذا يعتبر مؤشر إيجابي على قوة وجودة الإنتاج والإقتصاد المحلي وتوفر العملة الصعبة . أما إذ زاد حجم المستوردات على الصادرات فسيكون الوضع العكس ، ويشير إلى وجود عجز في الميزان التجاري لدى البلد .

99-Trade Channels — منافذ أو قنوات التجارة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Distribution Channels
قنوات التوزيع

100-Trade credit **الإئتمان التجاري**

يُعتبر أحد مصادر تمويل مشروعات الأعمال التجارية الصغيرة ، حيث يقوم تاجر الجملة أو الوكيل أو الموزع ببيع بضاعته لزبائنه بموجب سند أوكمبيالة يسحبها التاجر على زبونه المشتري ، على أن يسدد قيمتها بعد فترة زمنية ، وبالتالي فهذه الفترة تمثل قرض أو إئتمان تجاري .

101-Trade in **تجارة الإستبدال**

بموجب هذه التجارة يستبدل المستهلك سلعته المستعملة بسلعة جديدة من البائع التاجر مع دفع فارق الثمن له . هذا النوع منتشر في تجارة السيارات ، وخاصة في أوروبة والولايات المتحدة .

102-Trade-in-Policy **سياسة الإستبدال**

يشير مفهوم هذا المصطلح إلى قيام المنشأة بإستبدال آلاتها أو معداتها وتجهيزاتها القديمة بأخرى جديدة ، ودفع فرق الثمن للجهة التي قامت بتبديلها لها .

103-Trade Mark **علامة تجارية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Brand

104-Trade Merchandising **تجارة التجزئة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Retail Merchandising

105-Trade-Oriented Sales Promotion **ترويج المبيعات التجارية الموجه**

محفزات مجانية يقدمها منتجو السلع والخدمات للوسطاء وتجار الجملة والموزعين وتجار المفرق ، الذين يسمون جميعاً بقنوات التوزيع أو التسويق ، من أجل حفزهم على زيادة نشاطهم في تسويق منتجاتهم أو خدماتهم . ومن هذه المحفزات زيادة نشاط الدعاية والإعلان ، تقديم خصومات نقدية..الخ ، والهدف من ذلك حث قنوات التوزيع على تفعيل نشاطها .

106-Trade Voluntary Exchange **التبادل التجاري الطوعي**

يشير هذا المصطلح إلى حرية التبادل التجاري في السوق دون وجود قيود أو تدخل حكومي أو تدخل أية جهة أخرى ، حيث تكون الحرية كاملة في عملية البيع والشراء للسلع والخدمات ، تحت مظلة المنفعة

المتبادلة بين البائع والمشتري ، فكلا الطرفان لديه مصلحة لدى الآخر ، فالبائع يريد بيع سلعته أو خدمته لقاء المال الذي سيدفعه المشتري له ، والشاري يريد الحصول على السلعة من البائع لإشباع حاجته . في ظل هذا النظام إذاً هناك حرية التفاوض بين الطرفين والإتفاق على السعر المناسب لكليهما وتحقيق النفع المتبادل لهما .

107-Trading-Down **تخفيض التشكيلة السلعية**

سحب سلعة من مجموعة سلع تُسوق سوية ، وذلك بسبب عدم رواجها أو إنخفاض الطلب عليها بشكل كبير .

108-Trading-Down of Price Policy **سياسة تخفيض السعر**

سياسة يلجأ إليها البائع في تصريف السلعة الراكدة ، فعن طريق تخفيض سعر بيعها ، سيزداد حجم الطلب عليها وبالتالي يرتفع حجم مبيعاها ، فإرتفاع حجم المبيعات وسرعة البيع يعوضان نسبة تخفيض سعر بيعها .

109-Trading-up **زيادة التشكيلة السلعية**

إضافة سلعة إلى مجموعة سلع يتم تسويقها سوية .

110-Tradionnal Career (Path) **مسار الخدمة(المستقبل) الوظيفية التقليدي**

حركة نقل وظيفي عمودي (ترقية) للموظفين توضح لهم عدد ونوع الوظائف التي سيتدرجون فيها من قاعدة الهيكل التنظيمي إلى أعلاه مروراً بالمستويات الإدارية التي يشتمل عليها هذا الهيكل، وذلك خلال حياهم الوظيفية في المنظمة التي يعملون فيها . وهذه الوظائف عبارة عن سلسلة مترابطة مع بعضها ، بمعنى أها من نوعية أو فئة واحدة (ذات التخصص عادة) ، فالوظيفة السابقة هي إعداد وتحضير للموظف لكي ينتقل للوظيفة الأعلى، وبالتالي فالموظف يتدرج ويترقى للأعلى وظيفة وظيفة عبر المسار أو الممر الوظيفي .

111-Trainability Test **إختبار القدرة على التدرب**

يصنف هذا الإختبار ضمن إختبارات الأداء ، ويهدف إلى الكشف عن مقدرة الفرد على التدرب أثناء العمل ، حيث يطلب منه أثناء ممارسته للعمل ، تطبيق تعليمات وإرشادات تدريبية يعطيها له مدرب أو مرشد ليطبقها أثناء أدائه لعمله ، ثم يقيم بعد ذلك مدى صحة ودقة هذا التطبيق، للحكم على مقدرته على التدريب العملي أثناء العمل ، ويستخدم هذا الإختبار في العادة مع العمال الصناعيين .

112-Trainees Reaction **ردة فعل المتدربين**

أحد المعايير المستخدمة في تقييم برامج التعلم والتدريب بعد الإنتهاء من تنفيذها. ويقصد بـرردة الفعـل هنا، إتجاهات المتدربين الإيجابية والسلبية نحو البرنامج التدريبي الذي حضروه في ما يخص المدربين ، المـادة التعليمية والتدريبية ، وسائل التدريب ، النواحي التنظيمية المصاحبة لإعداد وتنفيذ البرنامج .

113-Training Aids — مُساعِدات التدريب

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Training Facilities

تسهيلات التدريب

114-Training and Development Needs — الحاجات التدريبية والتنموية

تمثل أو تشير الحاجات التدريبية إلى جوانب ثلاثة هي :

- جوانب نقص في مستوى أداء الفرد (مهارة ، معرفة ، سـلوك) أو في مسـتوى الأداء الكلـي للمنظمة يجب العمل على تلافيها .
- جوانب إيجابية أو قوة في أداء الفرد أو الأداء الكلي للمنظمة يجب العمل على دعمها وتنميتـها للإستفادة منها بشكل أكبر مستقبلاً .
- جوانب جديدة يحتاجها العمل حالياً ومستقبلاً على شكل مهارات ، معارف، نظم ، تكنولوجيا، نهج إداري جديد كإدارة الجودة الشاملة ...الخ يراد إكسابها للفرد أو إدخالها وتطبيقهـا علـى مستوى المنظمة ككل .

نخلص مما تقدم أن الإحتياجات التدريبية تتحدد وفق ثلاثة مستويات هي : الفرد ، الوظيفة ، المنظمـة، وهناك معادلة يمكن من خلالها تحديد حاجات التدريب والتنمية هي :

ما هو مطلوب ومتوقع	−	الوضع الحالي	=	حاجة تدريبية	←	هدف تدريبي

115-Training by Internet — التدريب بوساطة شبكة الإنترنيت

أحد أساليب التدريب الإلكترونية الحديثة التي تعتمد على البريد الإلكتروني والحاسب الآلي ، حيث من خلالها يتم إرسال وتوزيع وتبادل المادة والمعلومات التدريبية بين المدرب الإلكتروني (البرنـامج التـدريبي المبرمج إلكترونياً ومخزن في الحاسوب) والمتدربين . وبالتالي فميزة هذا الأسلوب أنه بإمكان أي شخص في أنحاء العالم أن يحصل على البرنامج التدريبي المعروض على شبكة الإنترنيت وفي الوقت الـذي يناسـبه ، وحسب رغبته ، وبتكلفة بسيطة .

116-Training Champions — أبطال التدريب

ويقصد بهم رواد التدريب في المنظمة ، ويمثلون فئة المديرين أصحاب الأقدمية والخبرة في العمل الذين يسهمون في وضع فلسفة وإستراتيجية المنظمة الداعمة لعملية التدريب والتنمية .

117-Training Conference Method — أسلوب المؤتمر التدريبي

إجتماع تدريبي يشترك فيه عدد من المتدربين لدراسة موضوع معين يهم كافة المتدربين أعضاء المؤتمر ، بهدف التوصل إلى إقتراحات أو توصيات بشأنه . ويتم الإستفادة من هذا الأسلوب ، من خلال تبادل الآراء حول الموضوع الذي يدرسونه ويناقشونه ، في ضوء ما يحمله كل منهم من خبرة ومعرفة حياله ، فمن خلال الإجتماع والنقاش تتاح الفرصة لكل متدرب التعرف على خبرة ومعلومات باقي المتدربين الآخرين ، لذلك يشترط في من سوف يشترك في المؤتمر التدريبي ، أن تكون لديه خبرة ومعرفة في موضوعات المؤتمر ليستفيد من الآخرين ويفيدهم . وتجدر الإشارة هنا إلى عدم وجود مدرب في هذا الأسلوب ، بل يوجد رئيس للمؤتمر (المدرب) الذي يوجه النقاش لكي لا يخرج عن المسار المحدد له .

118-Training Curriculum — المنهاج التدريبي

هو المادة التدريبية التي يشتمل عليها البرنامج التدريبي ، التي سيقوم المدرب بنقلها وتعليمها للمتدربين خلال فترة تنفيذ البرنامج .

119-Training Facilities — تسهيلات التدريب

مجمل الأشياء المادية التي تستخدم في عملية التدريب ، للمساعدة على نقل المادة التدريبية للمتدربين والإسهام في نجاح هذه العملية ، ومن هذه التسهيلات : جهاز إسقاط ، التلفاز والفيديو ، الحاسوب ، جهاز تسجيل ، كاميرا ، قاعة مريحة فيها ظروف مناخية جيدة ، كراسي مريحة ...الخ .

120-Training Gap — الفجوة التدريبية

مصطلح يستخدم في مجال تحليل وتحديد الحاجات التدريبية ، حيث تعبر الفجوة عن حاجة (نقص) تدريبية معينة لدى الفرد أو مجموعة من الأفراد ، ويتم تحديدها عن طريق مقارنة الأداء الفعلي مع الأداء المطلوب أو المتوقع ، فإذا كان مستوى الأداء الفعلي أقل ، إذاً لدينا في هذه الحالة فجوة (حاجة) تدريبية .

121-Training Process — عملية التدريب

مجموعة من المراحل التي من خلالها يتم تخطيط وتنفيذ الدورة التدريبية ، وهذه المراحل ما يلي :

- تحديد الحاجات التدريبية التي تمثل هدف التدريب .
- وضع المادة التدريبية في ضوء الحاجات .
- تحديد المدربين المناسبين في ضوء طبيعة المادة التدريبية .
- تحديد المكان الذي سيتم فيه التدريب .

- تحديد أسلوب (أو أساليب) التدريب .
- تحديد فترة التدريب .
- تحديد مستلزمات تنفيذ التدريب .
- تقييم التدريب بعد الإنتهاء منه .
- متابعة المتدربين بعد التدريب .

122-Training Program **برنامج تدريبي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Training Process
العملية التدريبية

123- Training Program Planning **تخطيط البرنامج التدريبي**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Training Process
العملية التدريبية

124-Traits Leader Theory **نظرية صفات القائد**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Theory of Leadership Traits
نظرية سمات القيادة الإدارية

125-Transactions processing system **نظام معالجة المعاملات**

يقصد بالعمليات هنا الوقائع والأحداث التي تحدث في بيئة عمل المنظمة وتؤثر في سير العمل فيها ، مثل عمليات البيع والشراء ، وتحرير الشيكات وأوامر الصرف والفواتير وغيرها ، فهذه الوقائع تمثل عمليات يومية تحدث في المنظمة . ففور حدوث هذه العمليات يجب إلتقاط البيانات الناتجة عنها ، وتسجيلها وإدخالها إلى الحاسوب ، ليتم معالجتها بوساطة نظام معالجة العمليات وتحويلها إلى معلومات صالحة للإستخدام .

126-Transfer of Training **نقل التدريب**

تطبيق ما تدرب عليه المتدربون في البرنامج التدريبي في الواقع العملي ، أي نقله إلى وظائفهم وأعمالهم التي يمارسونها داخل المنظمة للإستفادة منه ، ولتكون عملية التدريب قد حققت هدفها .

127-Transferable Credit **الإعتماد القابل للتحويل**

هو أحد أنواع الإعتمادات المستندية ، الذي يسمح بتحويل حق الإستفادة منه لشخص أو أشخاص آخرين يحددهم فاتح الإعتماد ، ولا يجوز تحويل الإعتماد ، إلا إذا ذكر المصرف الذي فُتح لديه الإعتماد صراحة أنه قابل للتحويل .

128-Transformation Leadership — القيادة التحويلية

هي القيادة التي تؤمن بضرورة التغيير في الأداء والسلوك من أجل التكيف مع المستجدات ، وهذا يتطلب ما يلي :

- شعور القائد بالحاجة إلى التغيير .
- وضع القائد لرؤى جديدة مشتركة .
- إقناع القائد مرؤوسيه بأهمية وضرورة التغيير .
- تحفيز القائد لمرؤوسيه على تنفيذ التغيير .
- جعل القائد نفسه قدوة لمرؤوسيه في عملية التغيير والتحويل للوصول إلى الوضع الأمثل .
- تشجيع المرؤوسين على الإبتكار .
- يقدر القائد ويحترم جهود مرؤوسيه ومشاعرهم .
- يساعد القائد مرؤوسيه ويدربهم ويشبع حاجاتهم .

129-Transformation Strategy — إستراتيجية التحول

بموجبها تقوم المنظمات بتغيير كامل لنشاطها ، أي التحول من مجال عمل لمجال عمل آخر مغاير تماماً . وهناك أسباب متعددة تدفع المنظمات إلى تطبيق هذه الإستراتيجية منها على سبيل المثال : عدم القدرة على المنافسة ، إنخفاض مستوى الأرباح بشكل كبير ، إنخفاض الطلب على إنتاج الشركة للمستوى الذي لم يعد يغطي العائد التكاليف ..الخ . ويتطلب تنفيذ هذه الإستراتيجية دراسة وتخطيط ، للتصرف بجميع وسائل الإنتاج الموجودة حالياً ، وإستبدالها بأخرى تتناسب مع العمل الجديد .

130-Transformation Vehicles Advertising — إعلان وسائل النقل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Transit Advertising

131-Transit Store — مخزن العبور المؤقت

هو الذي تخزن فيه أنواع مختلفة من المواد . والآلات ، والمعدات ..الخ ، لفترة زمنية مؤقتة ، ونراها في المناطق الحرة عادة (موانئ جوية وبحرية) ، حيث يتم التخزين فيها لفترة لحين إنهاء إجراءاتها الجمركية، ومن ثم يتم إدخالها للبلد أو تصديرها للخارج .

132-Transit Advertising **إعلانات وسائط النقل أو العبور**

إحدى الوسائل أو الأدوات التي تستخدمها الشركات في الإعلان عن منتجاتها أوخدماتها ، وهي عبارة عن صورة ترمز لمنتجها تطبع أو ترسم على وسائط النقل كالحافلات ، والسيارات العامة ، سيارات الأجرة بمختلف أحجامها ، ومترو الأنفاق ...الخ .

133-Transportation Model **نموذج النقل**

أحد الأساليب الكمية التي تُستخدم من أجل حل ومعالجة مشاكل النقل والتوزيع للسلع التي يتم نقلها من مصادر تجهيز متعددة إلى أماكن متعددة بحاجة إليها . وبالتالي يعمل هذه النموذج على تحديد الكمية التي ستنقل من كل مصدر إلى أماكن الحاجة (مخازن ، مراكز توزيع) بأدنى تكلفة نقل ممكنة . كما يُستخدم هذا النموذج في حل مشكلة النقل بالحافلات داخل المدن ، حيث يُدرس كل خط نقل ويُحدد عدد الناس المتوقع نقلهم ، من أجل تحديد عدد الحافلات اللازم دون زيادة أو نقصان .

134-Treasury Bills **أذونات الخزينة**

أوراق مالية قصيرة الأجل لا تزيد فترة إستحقاقها عن سنة واحدة تصدرها الحكومة وتبيعها للجمهور بقيمة أقل من قيمتها الإسمية ، وتدفع قيمتها عند موعد إستحقاقها بقيمتها الإسمية ، بحيث تفسح المجال للجمهور الذي إشتراها (المستثمرون) تحقيق عائد يتمثل بالفرق بين قيمة الإصدار والقيمة المدفوعة عند الإستحقاق .

135-Treasury Bonds **سندات الخزينة**

تُصدر هذه السندات (التي هي عبارة عن قرض طويل الأجل) عادة وزارة المالية وتطرحها للبيع العام وبسعر فائدة محدد ، وتستحق الدفع بعد فترة زمنية طويلة ، وهي مجال إستثمار آمن كون هذه السندات صادرة عن جهة مضمونة هي الحكومة ، التي يُستبعد إفلاسها بدرجة كبيرة .

136-Trial and Error Pricing Method **أسلوب التجربة والخطأ في تسعير المنتج**

هو أحد أساليب تسعير السلعة (أو الخدمة) الذي بموجبه تقوم المنشأة بطرح سلعتها في منطقة توزيع معينة بسعر معين ، ومن ثم تقيس ردة فعل المستهلكين تجاه هذا السعر ، وفي ضوء ردة الفعل يتم إما رفع السعر أو تخفيضه ، وذلك حسب الإقبال على شراء السلعة . ويتبع هذا الأسلوب بشكل خاص في تسعير المنتجات الجديدة التي تطرح في السوق لأول مرة .

137-Trial Orders **الطلبيات التجريبية**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

138-Trial Order of Purchasing **طلب شراء تجريبي**

طلب شراء بكمية قليلة أو محددة من صنف معين ، من أجل تجربته للتأكد من جودته ، أو من صلاحية إستخدامه لدى المشتري .

139-Trial Period of Placement **التعيين تحت التجربة**

أنظر المعنى في المصطلح المرادف:

Probationary Period of Placement

140-Trouble-Shoot **البحث عن المشكلة**

البحث عن الخلل الذي قد يقع في تنفيذ أي عمل أو نشاط ، سواء على مستوى الفرد ، أو الوحدات الإدارية ، أو المنظمة ككل . والبحث هنا لا يقتصر على تحديد الخلل المحتمل فحسب ، بل يمتد ليشمل تحديد الأسباب التي تؤدي إليه وإستخلاص النتائج ، ووضع الحلول .

141-True Negative Candidate Selection Decision **قرار إختيار مرشح للتعيين سلبي صحيح**

هو أحد المعايير المستخدمة في تقييم عملية إختيار وتعيين المرشحين للعمل في المنظمات ، فكلمة سلبي تعني أن المرشح قد فشل أو أخفق في عملية الإختيار وإختباراتها ، أما كلمة صحيح فتعني أن المرشح الذي رُفض تعيينه بسبب إخفاقه كان سليماً ، أي أنه فعلاً غير مؤهل للتوظيف بسبب ضعف إمكاناته . ويمكن التحقق من ذلك عن طريق إعادة إختباره ثانية ، فإذا فشل نقول أن قرار رفضه كان صحيحاً .

142-True Positive Candidate Selection Decision **قرار إختيار مرشح للتعيين إيجابي صحيح**

هو أحد المعايير المستخدمة في تقييم عملية إختيار وتعيين المرشحين للعمل في المنظمات ، فكلمة إيجابي تعني أن المرشح قد نجح في عملية الإختيار وإختباراتها ، أما كلمة صحيح فتعني أن المرشح الذي تم إختياره وتعيينه كان فعلاً جيداً أي أن الإختيار كان سليماً ، حيث أثبت جدارته في عمله بعد تعيينه خلال فترة التجربة والتمرين التي خضع لها .

143-Trust Receipt **إيصال أمانة**

مستند يثبت إستلام بضاعة من قبل شخص (تاجر جملة أو تجزئة ...الخ) برسم الأمانة ، ليقوم ببيعها لحساب مالكها الأصلي .

144-Turnover Taxes **الضرائب الدوارة (ضريبة القيمة المضافة)**

ولها تسمية أخرى هي الضرائب المفروضة على مراحل الإنتاج أو الاستهلاك ، بمعنى أن الضريبة لا تفرض لمرة واحدة على السلعة ، بل عدة مرات مع إنتقالها عبر مراحل تصنيع متعددة ومثال على ذلك القمح ، الذي تفرض عليه ضريبة ، وعندما يتم تحويله إلى طحين تفرض عليه ضريبة أخرى ، وعندما يصنع كحلويات تفرض عليها ضريبة أيضاً .

145-Try Before You Buy — جرب قبل أن تشتري

مقولة على شكل طريقة شائعة في السوق الأمريكي وفي صنع القرارات الشرائية ، من خلالها يقوم المشتري بتجربة السلعة التي يرغب في شرائها قبل إتخاذ القرار النهائي بالشراء ، فإذا أردت مثلاً شراء بيت أو منزل ، عليك زيارته أكثر من مرة ، أو إذا أردت أن تشتري جبناً أو أي شيء آخر من الأطعمة فتذوقه قبل أن تشتريه .

146-Two Dimensional Leadership Theory — نظرية القيادة ذات البعدين

توضح هذه النظرية بأن عمل القائد يتكون من بعدين هما :

- هيكلة المهمة : يقوم القائد بتحديد دوره ودور كل من مرؤوسيه ، كما يقوم بتخطيط العمل ضمن وحدته الإدارية ويوضح لكل مرؤوس لديه خطة عمله ، وينظم أمور مرؤوسيه ، ويراقبهم، ويوجههم نحو تحقيق الأهداف ، ويسعى لتطوير العمل بإستمرار ، ويستخدم أساليب عمل جديدة ومبتكرة .
- الإهتمام بالمرؤوسين : يستمع القائد لمقترحات وآراء مرؤوسيه وأفكارهم ويناقشهم فيها، ويخلق جواً ودياً بينه وبينهم تسوده الثقة المتبادلة معهم ، وبالتالي فقنوات الإتصال بينهم مفتوحة بإتجاهين .

فالقائد الفعال من وجهة نظر هذه النظرية هو الذي يحقق درجة عالية في هذين البعدين ، وهما بعدان ليسا متعارضين .

147- Two-Dollars Broker — سمسار الدولارين

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Floor Broker

سمسار الصالة

148- Two -Way Communication — الإتصال بإتجاهين

يعبر هذا الإتصال عن لقاء مباشر أو غير مباشر من خلال هاتف مثلاً ، بين المتصل وهو الرئيس والمتصل به وهو المرؤوس ، حيث يتيح للأول بتلقي ردة فعل الثاني تجاه مضمون إتصاله مباشرة ، ويحدث من خلاله مناقشة وتبادل الرأي بين الإثنين حول فحوى الاتصال . هذا النوع من الإتصال غالباً ما يكون إتصالاً

شفهياً وهو مفيد جداً ، لأنه يضمن فهم الرسالة والتقيد الصحيح لما هو مطلوب فيها ، كما يعتبر وسيلة لإندماج العاملين في العمل ، ويرفع من روحهم المعنوية عندما يستخدم كأسلوب للمشاركة في صنع القرارات ، ومن أمثلته الإجتماعات الدورية التي يعقدها الرؤساء مع مرؤوسيهم .

149-Two-Way Symmetric Communication نموذج الإتصال المتوازن بإتجاهين

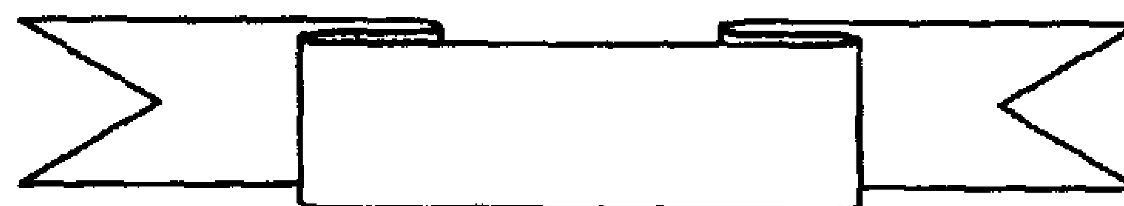
هو أحد وسائل الإتصال التي تستخدمه المنظمات في الإتصال بجماهيرها ، ويقوم على أساس تحقيق التفاهم بين المنظمة (بشكل خاص الحكومية) وجمهورها ، فالإتصال هنا يحدث بإتجاهين ، ويمكن أن يؤدي إلى تعديل الإتجاهات والآراء أو القناعات لدى الطرفين (المنظمة وجمهورها) ، وبالتالي ليس الغاية هنا تعديل إتجاه أحد الطرفين .

150- Two-Way Unsymmetric Communication Model نموذج الإتصال غير المتوازن بإتجاهين

يعتمد هذا النموذج في الإتصال على مسألة إقتناع المتصل به بما ينقله المرسل إليه ، فصحيح أنه بإتجاهين (مرسل ← مستقبل ← تغذية عكسية) ، لكن الغاية ليست تبادل الرأي بين المتصل والمتصل به ، بل الغاية أن يؤثر المتصل بالمتصل به ويقنعه بما يريده ، فالمتصل (المنظمة ، الشخص ، الحكومة ...الخ) لا ينوي أن يُعدل في ذاته شيئاً ، بل أن يعدل في رأي وإتجاه المتصل به (مرؤوسين ، زبائن ، جمهور عام ...الخ) وإقناعه بما ينقله إليه من معلومات ، وهنا يحتاج الأمر من المتصل إلى إجراء بحوث ميدانية لمعرفة إتجاهات المتصل بهم ، ليفهمها ويتمكن من تعديلها حسب مايريد عن طريق الإقناع .

151-Types of Production أنماط الإنتاج

النمط الإنتاجي هو الطريقة التي يصنع بها المنتوج التام أو السلعة ، وهناك ثلاثة أنماط لتصنيع المنتجات متعارف عليها وهي : الإنتاج بالدفعة ، الإنتاج لوحدة واحدة كاملة ، الإنتاج الجاري المتدفق أو المستمر ، ويمكن الإطلاع على مضامينها في هذا الدليل .



U

1-Ultimate Authority **السلطة العليا**

ويسموها أصل السلطة أو منبعها داخل المنظمة ، وهي التي تملك حق صنع القرارات وإصدار الأوامــر ، وصاحبة الحق في تفويض السلطة .

2-Ultimate Consumer **المستهلك النهائي**

يشير إلى مستخدم السلعة الأخير ، الذي يشتريها ويستخدمها لأغراض شخصية في المترل ، أو في المتجر ...الخ ، والغاية من الشراء هنا إشباع حاجة معينة لديه ، هذه الحاجة ليست صناعية ولا تجارية ، وبالتـــالي يمكن القول أن مجموع المستهلكين النهائيين يشكلون سوقاً إستهلاكية .

3-Umbrella Organization **المنظمة الأم**

يطلق هذا المصطلح على الشركات الكبيرة التي لها عدة فروع في مناطق جغرافيـــة متعـــددة ، وتســـمى بالإدارة المركزية التي تدير وتوجه نشاطات هذه الفروع . كما يطلق على الشركة الكبيرة التي تعمـــل في فلكها عدد من الشركات ذات الإستقلال المالي والإداري والشخصية الإعتبارية أمام الغير ، لكن جميعهـــا تعمل في خدمة وفي ظل المنظمة الأم .

4-Uncomfirmed Credit **إعتماد مستندي غير معزز**

يشير معنى هذا المصطلح إلى طلب المصرف فاتح الإعتماد لحساب مستفيد معين ، من المصـــرف الـــذي يراسله ، من أجل فتح الإعتماد لصالح المستفيد ، حيث تنحصر مسؤولية المصرف بإبلاغ المستفيد بفـــتح الإعتماد ، دون تحمل أية مسؤولية ناتجة عن فتحه .

5-Under-Collection Funds **مبالغ برسم التحصيل**

إيداعات (شيكات ، كمبيالات ، سندات) يودعها عميل المصرف لدى المصرف الذي يتعامل معه ، من أجل القيام بتحصيل مبالغها من الغير ، وبالتالي فطالما أنه لم يتم تحصيلها ، فلا تُسجل مبالغها في حســـابه ، فالتسجيل يتم فقط عند تحصيل مبالغها .

6-Underemployed **التوظيف في عمل أدنى من المهارات المتوفرة**

تعيين شخص أو فرد في منظمة ما بوظيفة تحتاج إلى مهارات وإمكانات أقل من القدرات والإمكانات التي يمتلكها ، أي أن مهاراته تفوق أو أعلى من المهارات التي يحتاجها أداء الوظيفة .

7-Undergrownd Economy **الإقتصاد الخفي**

يشير هذا المصطلح إلى مشاريع الأعمال المتناهية في الصغر التي يسميها بعضهم بمشاريع الأعمال المترليـــة أو الأسرية . وقد سميت بهذه التسمية بسبب أن معظمها غير رسمي ، أي أنها تزاول نشاطها بدون الحصول

على ترخيص حكومي ، وبالتالي فهي غير معروفة من قبل الدولة ، ولا تدفع أي نوع من أنواع الضرائب، ويمول إنتاجها المشروعات المتوسطة والكبيرة الحجم في العادة .

8-Underliquidty — نقص السيولة

السيولة بوجه عام هي الأموال الجاهزة لدى المنظمة لسداد إلتزاماتها المالية ونفقاتها الجارية . ويحدث النقص عندما يكون حجم أو مستوى السيولة فيها أقل من النسبة المعيارية **1:1** أي أن كل وحدة نقدية من الإلتزامات المالية السريعة يقابلها وحدة نقدية جاهزة للوفاء بها . ونقص السيولة له إنعكاس وأثر سلبي في نشاط المنظمة ، لأنه يعني بأنها عاجزة عن سداد إلتزاماتها المالية السريعة في مواعيدها وهذا يؤدي إلى عسر مالي .

9-Under Qualified Labor Force — قوى عاملة غير مؤهلة

فئة من اليد العاملة لا تمتلك المهارات والإمكانات المطلوبة للعمل ، أي أن مستوى تأهيلها العلمي وخبرتها ومهارتها الحالية دون المستوى المطلوب للعمل في المنظمة .

10-Understudy Employee — موظف بديل قيد الإعداد (قيد الدراسة)

موظف (أو عامل) يقوم بجانب عمله الحالي بالتدرب على عمل شخص آخر ، ليكون متمكناً وجاهزاً ليحل مكانه ويؤدي عمله عند الحاجة أو الضرورة مستقبلاً ، كترك العمل ، أو الإجازة المرضية ، أو الإجازة الإدارية ...الخ .

11-Undirected Interview — المقابلة غير الموجهة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Unstructured Interview
مقابلة غير مخططة

12-Unemployment — البطالة

تمثل البطالة عدد الأفراد (ذكور وإناث) الذين بلغوا السن القانونية للعمل ومؤهلين له ، وقادرين صحياً عليه ، وراغبين فيه ، لكن لم يتمكنوا من الحصول عليه .

13-Unemployment Compensation — تعويض البطالة

تنص قوانين العمل في عدد من الدول كالولايات المتحدة الأمريكية على دفع تعويض شهري لكل فرد تستغني عنه المنظمة التي يعمل فيها بسبب عدم الحاجة له ، ولفترة زمنية تحددها هذه القوانين ، وذلك ليجد مورد رزق آخر (فرصة عمل) له خلال فترة بحثه عن عمل جديد .

14-Unemployment Insurance — تأمين البطالة

مبلغ من المال تدفعه شركات التأمين لكل عاطل عن العمل مؤمن لديها بسبب إستغناء المنظمة التي يعمل فيها عن خدماته لعدم حاجتها له . هذا التأمين سائد بشكل خاص في الولايات المتحدة الأمريكية بموجب قانون الضمان الذي صدر عام 1930 إبان الأزمة الإقتصادية التي إجتاحتها آنذاك ، ومازال هذا القانون يُعمل به حتى الآن . ويغطى قسط التأمين من قبل المنظمة والفرد بنسب مئوية محددة ، وفي بعض الولايات تساهم حكوماتها المحلية في تغطية جزء منه . ولا يستحق الفرد عادة هذا التأمين الذي يسمى بتعويض البطالة ، إلا إذا عمل في إحدى المنظمات لفترة زمنية محددة ثم تم الإستغناء عنه .

15-Unemployment of Economical Structural **بطالة الهيكلة الإقتصادية**

يحدث هذا النوع من البطالة نتيجة لتغيرات جوهرية تحدث في الإقتصاد ، كالبطالة التي تحدث عندما يتحول الإقتصاد من إقتصاد مخطط إلى إقتصاد حر ، حيث يصاحب هذه الحالة عادة خصخصة القطاع العام وتسريح أعداد من قوة العمل العاملة في المشاريع والمؤسسات العامة ، وكذلك تخلي الدولة عن مسؤولياتها في تعيين خريجي الجامعات في أجهزتها المختلفة .

16-Unemployment Rate **معدل البطالة**

عدد الأفراد القادرين على العمل والراغبين والمحتاجين إليه ، والذين لم يتمكنوا من إيجاد فرصة عمل في منشأة ما خلال فترة زمنية معينة ، ويعبر عن ذلك كنسبة مئوية من إجمالي قوة العمل المتاحة .

17-Unexpected Control **الرقابة غير المتوقعة**

هي الرقابة الفجائية التي تتم دون سابق إنذار ، وتهدف إلى مراقبة وتقييم أداء العمل دون تحضير مسبق ، أو الإستعداد والتهيئة لقدوم الرقابة . هذه الرقابة إذاً تكشف لنا حقيقة الواقع دون وجود تدخل مخطط له بشكل مسبق لإظهار الواقع على غير حقيقته .

18-Unfair Competition **منافسة غير عادلة**

هي التي تحدث بين طرفين (منتجان) أو أكثر في السوق ينتجان نفس السلعة (أو الخدمة) ، وأحدهما يمتلك إمكانات وقدرات أكثر من الثاني ، بشكل تساعده هذه الإمكانات وتعطيه القدرة على القيام بأعمال تنافسية كحملات الترويج بشكل أكبر وأوسع من الثاني .

19-Unfair Dismissal **فصل تعسفي**

إنهاء خدمة الموظف أو العامل من عمله في المنظمة دون وجود سبب يستدعي هذا الفصل .

20-Unhealthy Organization **منظمة غير صحية**

هي التي لا توفر للعاملين لديها في مكان مزاولتهم للأعمال قواعد وشروط السلامة والصحة المهنية ، إما بسبب الإهمال والتقصير من قبلها ، أو أن تصميم بنائها غير صحي وغير سليم .

21-Unhonest Competition — منافسة غير شريفة

محاولة أحد المنافسين الإستيلاء على جزء من أو كل الحصة السوقية لمنافس له في السوق بطرق غير أخلاقية مثل :

- إطلاق الشائعات الكاذبة عن منتج (سلعة ، خدمة) المنافس وتشويه سمعته .
- الإتصال بزبائنه لإغرائهم للتعامل معه .
- إغراء موردي المنافس على رفع سعرهم .

22-Uniform Costing System — نظام تكاليف موحد

نظام يستخدم أساليب وطرق ومعايير ومبادئ موحدة ، من أجل حساب التكاليف في أكثر من منظمة .

23-Union — نقابة

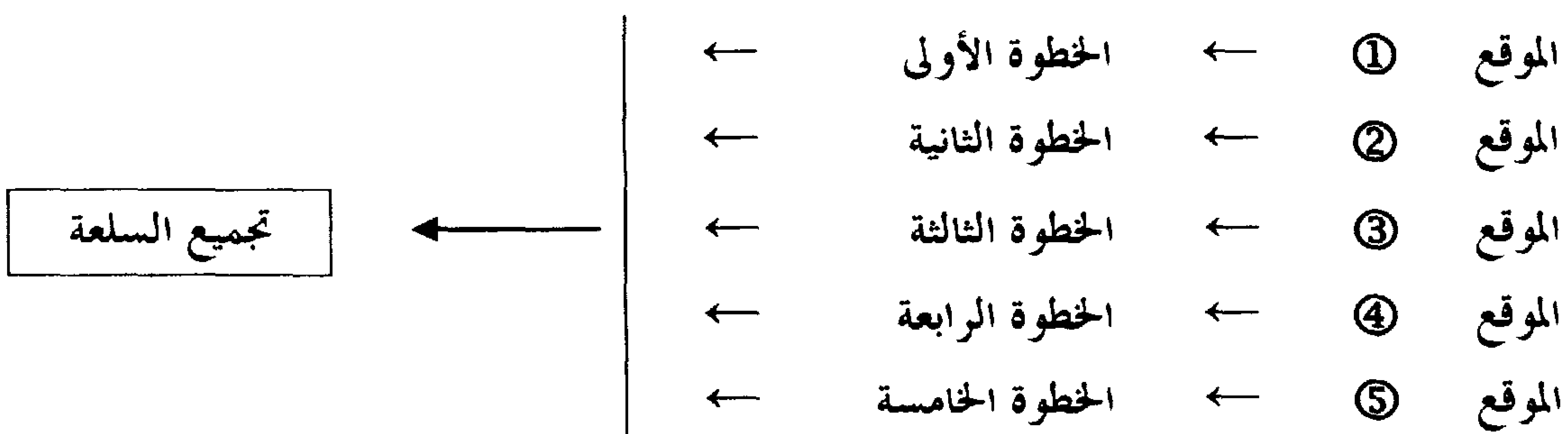
كيان قانوني يأخذ شكل جماعة منتخبة من عمال صناعة أو خدمة ما (عمال الحديد والصلب ، عمال نقل السكك الحديدية ...الخ) تمثلهم أمام الجهات الرسمية وتدافع عن حقوقهم تجاه أصحاب الأعمال والتفاوض معهم ، للوصول إلى ظروف إستخدام عادلة في ما يتعلق بالرواتب والأجور والمزايا الوظيفية ...الخ . وبالإضافة إلى ذلك تسعى النقابة إلى تقديم خدمات ثقافية ، وترفيهية ، ورياضية لأعضائها . وللنقابة عادة ممثلاً عنها في كل منظمة ، يكون همزة الوصل بينها وبين العاملين فيها .

24-Union-Closed Shop Agreement — الإستخدام عن طريق النقابة

ترتيب متفق عليه بين النقابة والمنظمات في الولايات المتحدة الأمريكية ، يشترط عدم إستخدام أو توظيف أي عامل أو شخص في المنظمة ، إلا بعد الإنتساب للنقابة والحصول على عضويتها . ويعتبر هذا الترتيب (أو الإتفاق) أحد بنود المفاوضات الجماعية التي تتم بين النقابة والمنظمات .

25-Unit-Assembly Pattern — نمط الوحدات المجمعة

هو أحد أنماط أو طرق تنظيم العمل المصنعي أو الإنتاجي ، حيث يوزع العمل على عدد من الأقسام الإنتاجية ليقوم كل منها بأداء واحدة من خطوات العمل في الوقت نفسه ، بمعنى آخر فإن مختلف خطوات العمل تُؤدى في الوقت ذاته بوساطة مجموعات مختلفة من العاملين المتخصصين في أداء كل خطوة كما هو موضح في الشكل التالي :



يستخدم هذا النمط بشكل خاص في ترسانات صناعة السفن ، ومصانع الطائرات .

26-Unitargest Perspectives **وحدوية وجهات النظر حيال الأهداف**

وجهة نظر تفترض بأن إدارة المنظمة والعاملين فيها لديهم وجهات نظر مشتركة حيال أهـداف عامـة (أهداف المنظمة) ويسعون إلى إنجازها وتحقيقها .

27-Unity of Command **وحدة الأمر**

هي أحد مبادئ الإدارة التي وضعها الفرنسي " هنري فايول Henery Fayol " التي ما زالـت مطبقـة حتى تاريخه ، وتعني صدور الأوامر الإدارية من جهة واحدة أو رئيس واحد ، فالإزدواجية في صدور الأمر يعني حدوث إرباك لدى المرؤوس فلا يعرف ينفذ أوامر من منهما .

28-Unity of Direction **وحدة التوجيه**

هي إحدى مبادئ الإدارة ويقصد بها وجود خطة واحدة لنشاط أو عمل معين ، مسؤول عـن تنفيـذها رئيس (أو مدير) واحد ، يتبع له مجموعة من المرؤوسين ، يقوم بتوجيه عملهم بما يتماشى ويتوافـق مـع الخطة وتحقيق أهدافها . وهذا المبدأ وحدة التوجيه هو قرين لمبدأ آخر هو وحدة الأمر، لذلك تم دمجها مع بعض ليصبحا وحدة الأمر والتوجيه ، لأنه لا يمكن أن يكون هناك وحدة توجيه دون وجود وحدة أمر .

29-Unity of Objective (Goal, Aim, Target) **وحدة الهدف**

خطة ، أو عمل ، أو نشاط لهم هدف محدد مطلوب تحقيقه من قبل مجموعة عمل (فريق، إدارة ، قسـم ، المنظمة كلها ...الخ) فيها رئيس ومرؤوسين ، مسؤولون مسؤولية جماعية عن تحقيقه ، فالجميع يعمل تجـاه تحقيق هذا الهدف المشترك .

30-Universal Bank **المصرف الشامل**

تقوم فلسفة العمل والنشاط في هذا النوع من المصارف ، على عدم التخصص في التعامـل مـع قطـاع إقتصادي معين (العقاري ، التجاري ، الصناعي ، الزراعي) بذاته إنما الإتجاه للتعامل مع كافة القطاعـات الإقتصادية ، من خلال قبول ودائعها ومنحها التسهيلات الإئتمانية المختلفة ، وتقديم الخدمات المصـرفية التقليدية وغير التقليدية . بهذا التوجه يتمكن المصرف الشامل من تنويع إستثماراته وتخفيض المخاطر الـتي قد يتعرض لها ، حيث تتعدد مصادر الودائع لديه ولا تنحصر بقطاع معين دون غيره ، الأمر الذي يساعده على توفير السيولة والأموال الكافية لعمله وتوسيع نشاطه .

31-Universality Of Management Process **عمومية العملية الإدارية**

العمومية هي إحدى الصفات التي تتصف بها العملية الإدارية (تخطيط ، تنظيم ، توجيه، رقابة) التي يمارسها المديرون ، ويقصد بها أن المدير يمارس هذه العملية في أي مجال من مجالات العمل داخل المنظمة

وفي أي مستوى إداري فيها ، فمدير الإنتاج ، ومدير التسويق ، والمدير المالي جميعهم يمارسون التخطيط والتنظيم والتوجيه والرقابة كل في إدارته ، وكذلك الإدارة العليا ، والوسطى ، والمباشرة جميعهم يمارسون هذه الوظائف التي تتشكل منها العملية الإدارية . وتجدر الإشارة هنا إلى أن صفة العمومية لا تقتصر على نوع معين من المنظمات ، بل تشمل جميع أنواع المنظمات بغض النظر عن طبيعة عملها .

32-Unlimited Liability of Owner's — **المسؤولية غير المحدودة للملاك**

توجد هذه المسؤولية في المنشآت الفردية وشركات الأشخاص وتحديداً في شركات التضامن ، والملاك المتضامنين في شركات التوصية البسيطة . ويقصد بها أنه في حالة إفلاس المنشأة أو الشركة وعدم كفاية ممتلكاتها لسداد إلتزاماتها تجاه الغير ، يُحجز على الممتلكات الشخصية للملاك وتباع من أجل الوفاء بهذه الإلتزامات .

33-Unliquidity of Financial Market — **عدم سيولة السوق المالي**

هو السوق الذي تتأثر فيه أسعار الأوراق المالية بحجم عمليات الشراء والبيع التي تتم فيه ، وتحدث هذه الحالة عند عدم تمكن المستثمرين في السوق من بيع كميات كبيرة من الأوراق المالية ، دون تحمل خسائر مالية ناتجة عن إنخفاض أسعارها بسبب زيادة العرض .

34-Unmanagable Size Organization — **منظمة ذات حجم غير قابل للإدارة**

منظمة كبيرة الحجم ذات نشاط وعمل ضخمين ، بشكل لا يمكن معه إدارتها بشكل جيد بهيكلها التنظيمي وأسلوب عملها الحاليين .

35-Unmarketable Good — **سلعة غير قابلة للتسويق**

هي السلعة التي تقادمت فنياً ، أي ظهرت سلع أخرى ذات سعر أقل ومواصفات وجودة أداء أفضل ، حيث بوضعها الحالي لا يمكنها منافسة السلع الأخرى . كذلك السلعة ذات تكلفة إنتاج عالية وسعر عالي أعلى من السلع المنافسة لها .

36-Unofficial Workers Strick — **إضراب عمالي غير رسمي**

إمتناع العمال عن ممارسة أعمالهم في المنظمة ، دون حصولهم على إذن رسمي أو السماح لهم بالإضراب من قبل النقابة .

37-Unorganized Organizational Conflict — **صراع تنظيمي غير منظم**

تصرفات أو أعمال فردية أو شخصية تصدر عن بعض العاملين ، تدل على حالة من عـدم الرضى أو الإستياء لديهم تجاه بعض التصرفات التي تقوم بها إدارة المنظمة معهم ، ويأخذ هذا الصراع شكل كثـرة الغياب ، التأخير عن العمل ، كثرة الإجازات المرضية ...الخ .

38-Unpaid Vacation — إجازة بلا راتب أو أجر

تتيح معظم قوانين الدول حصول العاملين في المنظمات على إجازة بلا راتب أو أجر عندما يستنفذوا رصيد إجازتهم الإدارية أو الإعتيادية لفترة زمنية محددة تختلف من بلد لآخر . وتستخدم بعض المنظمات التي لديها فائض في اليد العاملة هذه الناحية كبديل عن تسريحها لها من العمل بشكل نهائي ، فتقوم بمنحهم إجازة بلا راتب لفترة زمنية ، ثم تعيدهم للعمل ثانية . بهذه الصورة تكون قد خفضت من تكلفة العمل لديها (عند الأزمة) ، وفي الوقت ذاته لم تخسر هذه اليد العاملة المدربة .

39-Unpermanent Team - Work — فريق عمل غير دائم (مؤقت)

عدد من الأفراد العاملين يكلفون بإنجاز عمل أو مهمة سوية ، وفق أدوار محددة لكل منـهم ، بشـكل تتكامل مع بعضها من أجل إنجازه . وبعد الإنتهاء من تنفيذ المهمة أو العمل يُحَلُ الفريق ويعـود أعضـاؤه إلى أعمالهم الأصلية .

40-Unprogramable Decisions — قرارات غير قابلة للبرمجة

هي تلك القرارات المتعلقة بمشكلات غير واضحة التحديد ، ويتم صنعها في ظـروف عـدم التأكـد ، وتتطلب إستخدام نماذج كمية رياضية خاصة بها ، التي تقوم على نظرية الإحتمالات والإحصاء الرياضـي وغيرها .

41-Unstable Personality — الشخصية غير المستقرة

ويسميها آخرون بالشخصية غير المتوازنة التي يتصف صاحبها بعدم الإستقرار ، وتقلب المـزاج ، ومـن السهل إثارته ، ولا يستقر على رأي معين ، وهو في حالة قلق مستمر ، ولا يمكن الإعتماد عليه .

42-Unstructured Interview — مقابلة غير موجهة (غير مخططة)

بموجب هذا النوع من المقابلات تحدد لمنفذ المقابلة الموضوعات العامة التي سيسأل فيها فقط ، دون تحديد هيكل ونوعية الأسئلة التي سيطرحها على الفرد الذي ستجري مقابلته ، وذلك لتوفير قدر كبير من الحرية والمرونة في طرح الأسئلة التي يريدها ، وأن يتوسع فيها كما يشاء . وبالتالي تستخدم هذه المقابلة الأسـئلة المفتوحة وليست المغلقة ، لتشجيع الفرد الذي تجري مقابلته على التحدث الكثير وجمع أكبر قدر ممكن من المعلومات منه ، مما يُمكن من إصدار الحكم المناسب المتعلق بموضوع المقابلة . تحتاج هذه المقابلة إلى قـدر

كبير من الخبرة وتستغرق وقتاً ليس بالقصير ، ويخضع تقييم المعلومات المجموعة للرأي الشخصي للمقابل ، مما يصاحبه إحتمال عدم الموضوعية .

43-Unstructured Problemes مشاكل غير نمطية

ويسميها بعضهم بالمشكلات غير محددة البنية ، حيث تتصف بعدم التأكد بدرجة كبيرة ، وصعوبة صياغة الأهداف والحلول بشكل دقيق ومحدد . ويعتمد حل مثل هذه المشكلات على التجربة والخبرة والتفكير المنطقي المنظم لصانع القرار ، وعلى مستوى تأهيله وكفاءته .

44-Unstructured Selection Interview مقابلة الإختيار غير الموجة (الحرة)

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Unstructured Interview

المقابلة غير الموجهة

45-Unutilized Credit Balance رصيد الإعتماد غير المستخدم

هو الرصيد غير المستعمل من الإعتماد المستندي في أي وقت .

46-Up- Down Management الإدارة من الأعلى للأسفل

نادى بتطبيق هذا الإتجاه في إدارة المنظمات الفرنسي "هنري فابول Henry Fayol " حيث طالب أن يكون التركيز على الجانب الإداري في العمل أكثر من الجانب الفني ، ووضع أربعة عشر مبدأ إدارياً وتنظيمياً لهذه الغاية . ففي رأيه أن نجاح المنظمة يعتمد بشكل أساسي على الإدارة العليا ، ومن ثم الوسطى، فالإدارة المباشرة .

47-Up -Ward Communication الإتصال الصاعد

يمثل أحد إتجاهات الإتصال الرسمي الذي يتم داخل المنظمات ، وينقل عادة معلومات رقابية عن الأداء وتنفيذ العمل من مستوى إداري أدنى إلى مستوى إداري أعلى أي من المرؤوسين للرؤساء ، كما ينقل لهم آراء ومقترحات وشكاوى ، بحيث يجعلهم وبإستمرار في صورة ما يجري لدى مرؤوسيهم ، وتمكنهم من إدخال التحسينات المستمرة على العمل من خلال الآراء والمقترحات .

48-Usage- Rate Market Segmentation تجزئة السوق حسب معدل الإستخدام

أحد المعايير المستخدمة في مجال تجزئة السوق المستهدف ، بموجبه يصنف المستهلكين المحتملين للسلعة أو الخدمة المراد تسويقها إليهم حسب معدل الإستخدام أو الإستهلاك لها مثال على ذلك :

- مجموعة تستخدم السلعة أو الخدمة يومياً .
- مجموعة تستخدم السلعة أو الخدمة 3 مرات أسبوعياً .

- مجموعة تستخدم السلعة أو الخدمة مرة في الأسبوع .

49- Utility of Acquisition منفعة الحيازة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Utility of Possessing

50-Utility of Form منفعة الشكل

ويطلق عليها بعضهم منفعة التكوين ، وتعبر عن قيام وظيفة التسويق بدراسة السوق ، للتعرف على طبيعة حاجات المستهلكين ورغباتهم ، وما الذي يحبونه ويرغبون فيه ، وما الذي لا يريدونه ، من أجل جمع معلومات عن ذلك ، لأخذها في الإعتبار عند تصميم وإنتاج السلعة (أو الخدمة) التي تفي وتلبي حاجات ورغبات المستهلكين وتحقيق الرضى لديهم .

51-Utility of Place منفعة المكان

إحدى المهام المناطة بوظيفة التسويق في المنظمات وعلى إختلاف أنواعها ، ومفادها توفير السلعة أو الخدمة في المكان الجغرافي المتواجد فيه المستهلك أو الزبون ، فلا يُعقل أن يقطع الزبون مسافة طويلة للحصول على السلعة وإلا سيقوم بإستبدالها بسلعة أخرى تكون في متناول يده (قريبة منه) . وتبرز هذه الناحية بشكل خاص في مجال تسويق السلع الإستهلاكية كالغذائية مثلاً ، التي يحتاجها المستهلك بشكل يومي أو خلال فترات زمنية متقاربة .

52-Utility of Possessing منفعة الحيازة

إحدى المهام المناطة بوظيفة التسويق في المنظمات الإنتاجية الصناعية وبشكل خاص الثقيلة منها ومفادها: قيام البائع بإجراءات نقل ملكية السلعة منه إلى المشتري الزبون أو المستهلك .

53-Utility of Time منفعة الزمن

إحدى المهام الأساسية المناطة بوظيفة التسويق في المنظمات على إختلاف أنواعها ، ومفادها توفير السلعة (أو الخدمة) في الوقت الذي يحتاجها المستهلك أو الزبون . ففي صناعة الألبسة الجاهزة مثلاً ، يتوجب توفير الملابس الشتوية قبل دخول فصل الشتاء .

54-Utilization of Credit إستعمال الإعتماد

يشير معنى هذا المصطلح إلى قيام المستفيد من الإعتماد المستندي المفتوح لصالحه في المصرف ، بإستلام مبلغ منه .


V

1-Vacant Position منصب وظيفي شاغر

يُطلق هذا المصطلح على الوظائف الإدارية الرئاسية الخالية أو الشاغرة التي لا يشغلها أحد ، وذلك لأسباب متعددة كترقية شاغلها الأصلي لوظيفة أعلى ، أو إنتقاله لوظيفة أخرى ، أو الإستقالة ، أو التقاعد ...الخ .

2-Vacation Pay أجر العطلة

هو المبلغ الذي يُدفع للعاملين أيام إنقطاعهم عن العمل بسبب العطلات الرسمية ، وعطلة الراحة والإستجمام (الإجازة الإدارية) التي تمنحها المنظمات للعاملين لديها .

3-Vacation Work العمل أثناء العطلة

بسبب طبيعة العمل في بعض المنظمات الذي يستدعي الإستمرارية فيه كالمطارات والموانئ البحرية والمستشفيات ، أو بسبب ضغط العمل فيها ، تقوم بتشغيل جزء من قوة العمل لديها أيام العطلات الرسمية، لتلبية حاجات المتعاملين معها بإستمرار وعدم الإنقطاع عن تقديمها لهم .

4-Vacations العطلات

هي الأيام التي تُوقف المنظمات العمل فيها في مناسبات معينة أهمها :

- العطلة السنوية التي يتمتع بها جميع العاملين دون إستثناء للإستجمام والراحة ، وتكون مفروضة عادة من قبل قوانين وتشريعات العمل .
- الأعياد الدينية كعيد الأضحى ، رأس السنة الميلادية ...الخ .
- المناسبات الوطنية كعيد الإستقلال .
- المناسبات العالمية كعيد العمال .

وتكون جميع هذه العطلات مأجورة ، أي يتقاضى العاملون رواتبهم وأجورهم فيها كالمعتاد .

5-Validity الصلاحية (الإعتمادية)

هي معيار أو مقياس يستخدم من أجل التأكد من صحة النتائج التي يتوصل إليها تنفيذ عمل ما ، أي هل تم الأداء أو التنفيذ وفق ما هو مطلوب أو وفق المعايير المحددة أم لا ، فإذا كانت النتائج كذلك ، معنى هذا أنها صحيحة وسليمة ويمكن الإعتماد عليها. يتضح لنا أن هذا المعيار أو المقياس يسعى إلى قياس درجة الإرتباط بين متغيرين الأول هو العمل أو الأداء والثاني النتائج . ونوضح ما تقدم بمثال : إذا نفذت منظمة ما عملية إنتقاء عاملين جدد بإستخدام معايير إختيار محددة لتصل إلى إنتقاء جيد وسليم ، فلمعرفة هل كان الإنتقاء سليماً أم لا ، تقوم المنظمة بمقارنة نتائج عملية الإختيار وهو المتغير الأول ، مع نتائج تقييم أداء الموظفين الجدد بعد فترة من تعيينهم وهو المتغير الثاني ، فإذا كانت نتائج التقييم جيدة نحكم عندئذ أن

هناك إرتباط بين المتغير الأول والثاني ، ونحكم بالتالي على أن عملية الإختيار كانت سليمة وطبقت معايير الإنتقاء بشكل سليم ، ولولا ذلك لما كانت نتائج التقييم جيدة . وبالطبع كلما كانت درجة الصلاحية أو درجة الإرتباط عالية، دل ذلك على نجاح عملية الإختيار .

6-Valadity of the Credit — مدة سريان أو صلاحية الإعتماد

هي الفترة الزمنية المحددة والمتفق عليها التي يكون المعتمد المستندي خلالها صالحاً للإستخدام من قبل المستفيد . وتحدد مدة السريان عادة الجهة التي قامت بفتح الإعتماد .

7-Value Added Tax — ضريبة القيمة المضافة

يتم فرض هذه الضريبة على كل مرحلة من مراحل الإنتاج والتصنيع أو البيع . فبإفتراض أن معمل للسكر إشترى الكيلو غرام الواحد من قصب السكر من المزارع بمقدار /20/وحدة نقدية ، وبعد عصيره وتحويله لمادة السكر بيع الكيلو غرام من السكر لمصنع حلويات بمقدار /30/ وحدة نقدية . في هذه الحالة تفرض الضريبة على /10/ وحدات نقدية فقط (30 سعر بيع السكر – 20 سعر شراء القصب السكر) التي تمثل القيمة المضافة المحققة . إذاً تحتسب القيمة المضافة التي تحتسب الضريبة عليها من خلال : سعر البيع – التكلفة .

8-Value Analysis — تحليل القيمة

طريقة علمية تستخدم في عدة مجالات ، وبشكل خاص في مجال تصميم المنتج ، والشراء، والرقابة على التكاليف . ففي مجال الشراء يقوم المشتري بتحليل نوعين من القيمة : الأولى هي القيمة الجمالية ، والثانية هي القيمة الوظيفية ، وبالتالي يتوجب عليه أن يحدد مدى أهمية كل من هاتين القيمتين للمفردة (سلعة ، صنف) التي يشتريها . ففي مجال الصناعة تُشرى غالبية المواد والأجزاء المصنعة لما لها قيمة وظيفة (كفاءة الأداء) ، فالمشتري الصناعي لا يهتم للقيمة الجمالية للمواد والأجزاء الداخلية ، بل ينصرف إهتمامه إلى القيمة الوظيفية . في حين أن مشتري الملابس يأخذ كثيراً في إهتمامه وقرار شرائه الناحية الجمالية ، أما تفضيل أحد القيمتين ، فيختلف من مشتري لآخر . وبوجه عام يمكن القول أن تحديد القيمة في مجال الشراء يقوم على أساس ما يلي : هل قيمة السلعة (صنف ، آلات ...الخ) توازي منفعتها ؟ إذاً تحليل القيمة يساعد على صنع قرار الشراء المناسب .

في مجال الإنتاج والتصنيع تؤخذ إعتبارات أخرى تركز على جوانب : التكلفة ، والوظيفة ، والجودة ، والمواصفات لذلك تطرح الأسئلة التالية :

- هل يمكن الإستغناء كلية عن الصنف أو الجزء دون التأثير في أداء الوحدة المنتجة ؟
- هل يمكن تغيير تصميم المنتج بحيث يمكن إستخدام أسلوب أكثر يسراً وأقل تكلفة ؟

- هل يمكن تبسيط التصميم بحيث يحقق ذلك وفراً في التكاليف مع المحافظة على مستوى الأداء .
- هل يمكن إستخدام مواد أو أجزاء أخرى أقل تكلفة والمحافظة على نفس مستوى أداء المنتج .

إذاً يمكن القول أن تحليل القيمة في مجال الإنتاج يعد جهداً مركزاً لتحسين قيمة المنتج عن طريق تحديد أفضل مكوناته ، وأفضل أسلوب لإنتاجه ، عن طريق إستبعاد التكاليف التي لا لزوم لها سواء في تصميم المنتج أو في أسلوب إنتاجه ، أو مواصفات وعدد المواد المستخدمة في إنتاجه ، أو إستبعاد المواد والأجزاء غير الضرورية التي لا تحقق منفعة أو قيمة أو وظيفة .

9-Value Chain سلسلة القيمة

يمثل هذا المصطلح فكرة مفادها ما يلي : يمر تنفيذ العمل الواحد (خط الإنتاج مثلاً) من خلال مراحل أو خطوات تتابعية متسلسلة ومترابطة ، بحيث لا يمكن البدء بالمرحلة التالية إلا بعد إنجاز المرحلة السابقة ، وبالتالي فجودة وتكلفة إنجاز المرحلة السابقة يقوم عليه إنجاز وتكلفة المرحلة اللاحقة ، وأي خطأ وأي إختناق يقع في المراحل السابقة تتأثر به المراحل اللاحقة .

10-Value Engineering Analysis تحليل هندسة القيمة

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Value Analysis

تحليل القيمة

11-Value Marketing تسويق القيمة (التسويق الذي يركز على القيمة)

يقصد بالقيمة هنا المنفعة التي يتحصل عليها المستهلك بعد شرائه للمنتج وإستخدامه له . فهذا التسويق يركز على تحسين مواصفات المنتج وجودته ، لزيادة القيمة أو المنفعة التي يحصل عليها المستهلك ، وبالتالي لا يعطي هذا السوق إهتماماً كبيراً للمسائل التي لا تسهم بشكل مباشر في رفع المنفعة للمستهلك ، كتحسين المظهر العام للعبوة على سبيل المثال وليس الحصر .

12-Variable Cost تكلفة متغيرة

تتغير هذه التكلفة بتغير رقم الإنتاج إرتفاعاً وإنخفاضاً وتنقسم إلى قسمين :

1 -تكلفة البضاعة وتشتمل على :

- تكلفة المواد التي أنفقت لجعل وحدة منتجة واحدة (سلعة أو خدمة) جاهزة التسليم للمشتري .
- تكلفة العمل وتمثل نصيب الوحدة المنتجة الواحدة من الرواتب والأجور والحوافز المالية إذا كانت مرتبطة بالإنتاج .

2 -تكلفة متغيرة أخرى :

- عمولات .
- أجور الشحن والنقل والتداول .

13-Variable Pay	الراتب أو الأجر المتغير

هو التعويض المباشر الذي يكون مرتبطاً بمستوى الأداء ، أي يرتفع مع إرتفاع مستوى الأداء وينخفض معه ، بمعنى أنه غير ثابت ، ويستخدم هذا التعويض عادة في مجال الأعمال ذات الإنتاجية الملموسة .

14-Variance of Material Price	إنحراف سعر المواد

يمثل إنحراف تكاليف المواد الذي يرجع سببه إلى الإختلاف بين سعرها المعياري ، وسعرها الفعلي المدفوع.

15-Varience of Material Usage	إنحراف كمية إستخدام المواد

يمثل الفرق بين الكمية المعيارية المحددة للإنتاج ، مع الكمية الفعلية التي تم إستهلاكها (إستخدامها) في العمل الإنتاجي .

16-Varience of Profit	إنحراف الربح

يمثل الفرق أو الإختلاف بين الربح المقدر أو المخطط في الموازنة التقديرية ، وبين الربح الفعلي المحقق .

17-Variance of Workload	إنحراف عبء العمل

يأخذ إنحراف عبء العمل شكلين : الأول هو أن تكون كمية العمل أكبر من طاقة وإمكانية الفرد الجسدية والذهنية والنفسية . والثاني أن تكون كمية العمل أقل من إمكانات وقدرات الفرد ، مما يحدث لديه فراغاً ومللاً وبالتالي ضغطاً نفسياً .

18-Variety Retail Stores	متاجر التجزئة ذات السلع المتنوعة

متاجر تعرض سلعاً متنوعة ومختلفة وبأسعار متنوعة أيضاً ، من أجل جذب أكبر عدد من الزبائن ، وتلبية حاجات أكبر عدد منهم . وتعتمد على أسلوب العرض والتنسيق الفني للسلع بداخلها (الديكور) ، ويكون حجمها كبيراً ، وتهتم بإختيار موقعها في المناطق والشوارع التي فيها حركة مرورية عالية ، وقد تختار موقعها في المراكز التجارية الكبيرة .

19-Vault of the Bank	غرفة المصرف المحصنة

أنظر المعنى تفصيلاً في المصطلح :

Bank Strong Room

20-(VED) Stock Classification	أسلوب (VED) في تصنيف المخزون

تصنف المواد المخزنة في المستودع بموجب هذا الأسلوب حسب أهمية الصنف ، وذلك ضمن ثلاث مجموعات هي ما يلي :

- مجموعة المواد الحيوية في العملية الإنتاجية (ذات أهمية كبيرة جداً) Vital .
- مجموعة المواد الأساسية (أقل أهمية من السابقة) Essential .
- مجموعة المواد ذات أهمية عادية Desirable .

21-Verbal Communication — الإتصال اللفظي

ويسميه بعضهم بالإتصال الشفهي الذي يعد إتصالاً مباشراً بين المتصل والمتصل به ، وقد يكون وجهاً لوجه كالمقابلة والإجتماعات ، أو عن طريق الهاتف أو الإنترفون ، ويعتمد على مهارتين إثنتين هما : مهارة الإصغاء ، ومهارة التحدث ، اللتان تعتبران العمود الفقري لنجاح هذا الإتصال .

22-Verbal Comprehension Test — إختبار الإستيعاب والفهم الشفهي

هو أحد الإختبارات المستخدمة في قياس المقدرة الذهنية (الذكاء) ، والهدف من إستخدامه هو الكشف عن مقدرة الفرد على فهم معاني الكلمات والعلاقة بينها ، ويركز بشكل خاص على قدرته على إيجاد المعاني الضمنية التي يقال عنها فهم المعاني بين السطور . ويتم ذلك عن طريق إسماع الفرد لحديث أو خطاب أو محادثة شفهية عن موضوع (أو أكثر) معين ، وسؤاله عن المعاني الصريحة والضمنية التي تضمنها الحديث بعد إنتهائه . فإذا تمكن من تحديد هذه المعاني ، معنى ذلك أنه يمتلك مقدرة ذهنية جيدة تمكنه من الفهم والإستيعاب الشفهي .

23-Vertical Integration Growth Strategy — إستراتيجية النمو عن طريق التكامل العمودي

يأخذ هذا النمو أحد أو كلا الإتجاهين التاليين : الأول تكامل ونمو للأمام ويحدث عندما تقوم المنظمة بتسويق منتجاتها عن طريق إمتلاك قنوات توزيع وإعلان خاصة بها . الثاني تكامل ونمو للوراء أو الخلف، ويحدث عندما تمتلك المنظمة مصادر توريد مستلزماتها من الموارد (مواد أولية أو خام) أو القيام بإنتاج هذه المستلزمات .

24-Vertical Job Enlargement Approach — مدخل توسيع العمل عمودياً

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Job Enrichment

مدخل إغناء أو إثراء العمل

25-Vertical Mergering Strategy — إستراتيجية الإندماج العمودي

هي إحدى إستراتيجيات الإدارة الإستراتيجية ويحدث هذا الإندماج بإتجاهين : الأول إندماج خلفي وهو أن تندمج شركة مع شركة أخرى تمولها بإحتياجاتها من المدخلات اللازمة لصناعتها . الثاني إندماج للأمام ، وهو أن تندمج شركة مع شركة ثانية هي زبون لها . وتنبع الفوائد الإقتصادية التي يقدمها الإندماج العمودي ، من إحكام سيطرة الشركة على مدخلات عملياتها الإنتاجية ، أو من خلال توفير المنافذ الضرورية لمنتجها النهائي .

26-Vertical Market **السوق العمودي**

هو الذي تتميز السلع فيه بأنها تلبي حاجة صناعة معينة (أو صناعات محدودة جداً) أو مستهلك معين ، مثال على ذلك صناعة حلج القطن الخام التي تلبي صناعة الغزول ، التي بدورها تزود صناعة النسيج بها كمادة أولية .

27-Vertical Organizational Chart **الخريطة التنظيمية الرأسية**

هي إحدى الأشكال التي يُرسم بوساطتها هيكل المنظمة التنظيمي ، بموجب هذا الشكل ترتب المستويات الإدارية على شكل الهرم ، حيث تكون الإدارة العليا في القمة ، يليها الإدارة الوسطى فالمباشرة ، فقاعدة الهرم ، بالتالي تنساب السلطة في هذا الشكل من الأعلى للأسفل ، وهذا الشكل هو الأكثر شيوعاً في الإستخدام .

28-Vertical Organizational Conflit **الصراع التنظيمي العمودي**

يمثل أحد إتجاهات الصراع التنظيمي في المنظمة ، ويحدث بين العاملين ومشرفيهم في العمل ، لأسباب متعددة منها شخصية ومنها يتعلق بالعمل .

29-Vestibule Training **التدريب التطبيقي المخبري**

ينفذ هذا النوع من التدريب في قاعة تدريبية خاصة تحتوي على آلات وتجهيزات مماثلة للتي يعملون عليها أو التي يستخدمونها (أو سيستخدمونها مستقبلاً) في الواقع العملي . فعلى سبيل المثال يدرب عمال الخراطة على آلات الخراطة لكن ليس أثناء العمل بل في مخبر يحتوي على نفس الآلات . هذا الأسلوب شائع الإستخدام في مجال تدريب العمال الصناعيين والفنيين الجدد ، من أجل تأهيلهم للعمل قبل مباشرتهم له .

30-Vestro Account **حساب مصرف المراسل طرف مصرف آخر**

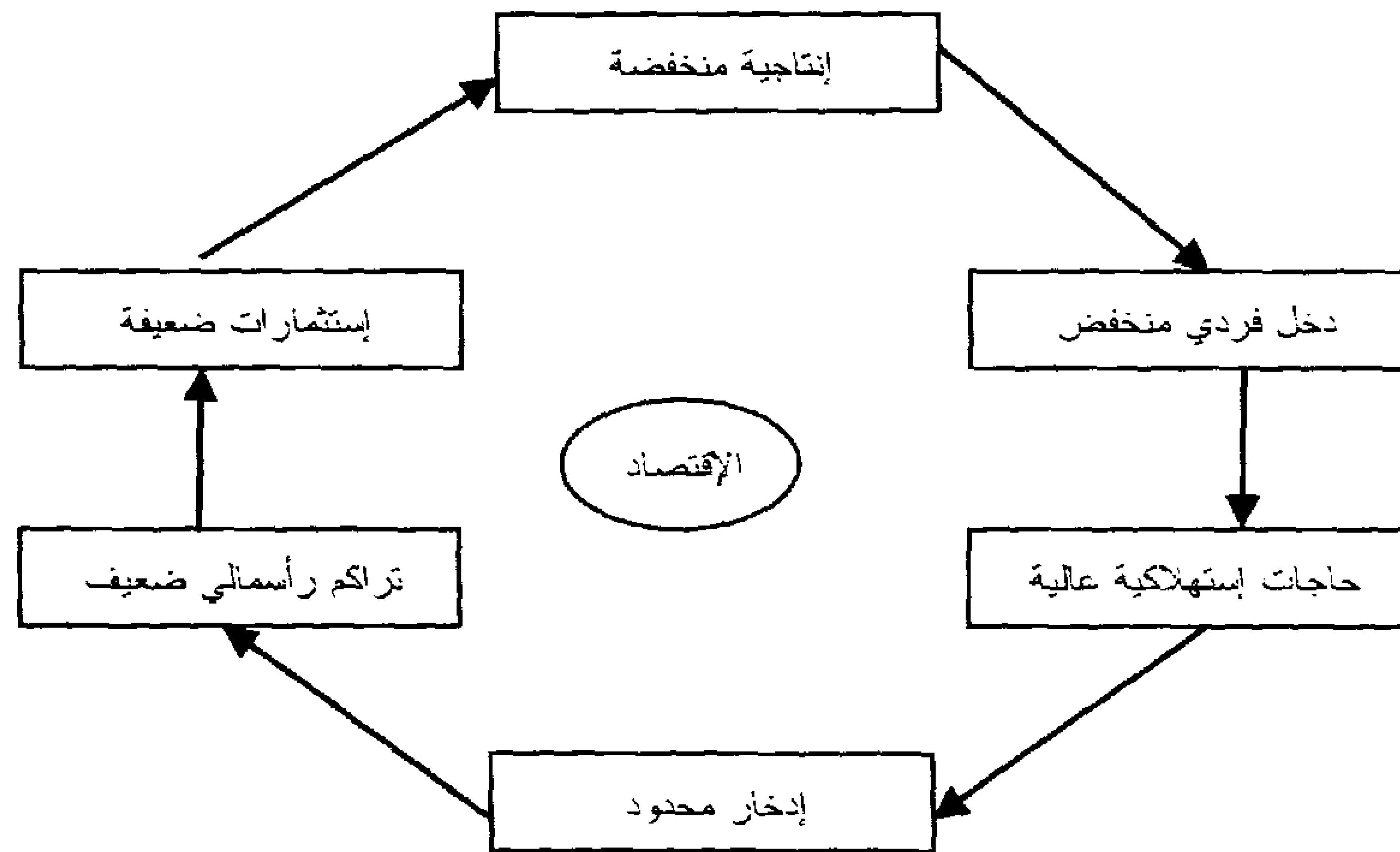
هو الحساب أو الحسابات التي يفتحها مصرف ما بإسم مصرف آخر خارج الدولة بناءً على طلبه وبعملة الأخير .

31-Veterinary Certification **شهادة بيطرية**

وثيقة رسمية صادرة عن سلطة بيطرية تثبت خلو البضاعة من الآفات والأمراض الصحية ، وتُطلب هذه الشهادة عادة في الإعتمادات المستندية الخاصة بإستيراد المواشي واللحوم .

32-Vicous Circle of Economice الدائرة الإقتصادية المفرغة الموحشة

صفة تُطلق على الإقتصاد السيئ والضعيف الذي تتصف به إقتصادات البلدان المتخلفة ، حيث يسودها مشاكل متعددة يتأثر بعضها ببعض الأمر الذي يجعلها أكثر تعقيداً وسوءاً ، ويمكن توضيح مفهوم هذه الدائرة بالشكل التالي :



33-Victory-C-Quality Model نموذج فيكتوري (س) للجودة

صمم هذا النموذج شخص يدعى "جيمس سايلور James Saylor " ، وإشتمل نموذجه على الأفكار التالية :

- رضى الزبون هو الهدف الأساسي للمنظمة .
- إستراتيجية تحقيق رضى الزبون تقوم على أساس دراسة حاجاته ومطالبه والعمل على تلبيتها بأقصى درجة من السرعة ، وأدى ذلك إلى شعار هو أن الزبون يدير المنظمة ، وهذا ليس شعاراً بل واقعاً .
- الجودة وإنخفاض التكلفة أساسيان لتحقيق الرضى لدى الزبون .
- تحسين الجودة المستمر مطلب أساسي .
- الجودة ورضى الزبون مسؤولية كل من يعمل في المنظمة .
- التعلم والتدريب المستمرين مطلبان أساسيان .
- التحفيز الإنساني هو أداة فعالة لتحقيق رضى العاملين .

34-Video Conferences **مؤتمرات الفيديو**

عدد من الأفراد المؤتمرين الذين يجتمعون في موعد محدد دون أن يكونوا متواجدين في مكان واحد ، فعن طريق كاميرات معينة موصولة بشبكة إنترنيت أو غيرها مثبتة في الأماكن الموجود فيها أعضاء المؤتمر ، يمكنهم رؤية بعضهم والإتصال ببعضهم بعضاً ، فيتبادلون الرأي ويتناقشون حول موضوع المؤتمر دون أن يكونوا متواجدين بنفس المكان .

35-Video Interview **مقابلة شريط الفيديو**

أحد الأساليب المستخدمة في تنفيذ المقابلات الأولية في مجال إستقطاب وإختيار الموارد البشرية في المنظمات ، التي ترغب في مقابلة عدد معين ومرغوب فيه من الأفراد الذين يراد تعينهم . وتستخدم هذه المقابلة عادة إذا كان هؤلاء متواجدين في مناطق جغرافية متعددة وبعيدة خارج الدولة ، فمن أجل تخفيض التكلفة ومقابلة أكبر عدد ممكن من المستقطبين ، تصمم المقابلة والمعلومات المراد الإستفسار عنها منهم على شريط فيديو ويرسل إليهم ، ليقوموا بدورهم بتوفير المعلومات المطلوبة منهم على شريط فيديو ويرسلوه إلى المنظمة . يتضح من ذلك أن هذه المقابلة نمطية وتحقق الإتصال غير المباشر فقط .

36-Virtual Corporation **شركة إفتراضية**

كيان قانوني على شكل إئتلاف يضم عدة شركاء عمل يشتركون في الموارد والنفقات بهدف القيام بعمل معين ، فمن خلال الشركة تتم مكاملة مواردهم رقمياً عبر التقانة الشبكية مع بقائها في أماكن تواجدها الأصلية . عن طريق ذلك يسهم كل شريك بموارد مكملة للآخرين تحدد دوره في الشراكة ، مما يحقق تكامل موارد الشركاء ونقاط قوتهم لإنجاز العمل . ويمكن القول أن العمل في هذه الشركة يتم من بعد ، وليس ضرورياً التواجد المادي للشركاء في مكان واحد سوية .

37-Virtiual Innovation **الإبداع الإفتراضي**

إستخدام التقنيات الحديثة (برامج حاسوبية ، النظم الخبيرة ، الإنترنيت) في دعم وتراكم المعرفة ، والمساعدة على تنمية وإجراء البحوث والتطوير في منظمات الأعمال ومراكز البحث العلمي والجامعات .

38-Virtual Teams-Work **فرق عمل إفتراضية**

مجموعة أفراد يشتركون في إنجاز عمل محدد دون أن يكونوا متواجدين في مكان معين ، أي ليس بالضرورة أن يكونوا متواجدين مع بعضهم في مكان واحد ، حيث يجري الإتصال بين بعضهم بعضاً عبر الشبكات الحاسوبية ، من خلال هذا الإتصال يتبادلون المعلومات والمعرفة والرأي . مثال على ذلك الفرق البحثية التي تقوم بإنجاز بحث ما ، أو تطوير منتج معين ، أو تصميم سلعة ...الخ من قبل باحثين متواجدين في عدة أماكن .

39-Visibility Study **دراسة جدوى المشروع**

مجموعة التقديرات والإختبارات والخيارات التي يتم إعدادها من قبل خبراء مختصين في التسويق والإنتاج، والمالية ، والقانون...الخ ، للحكم على صلاحية مشروع إستثماري مقترح ، في ضوء توقعات التكاليف والمنفعة المباشرة وغير المباشرة المتوقع أن يحققها على مدى عمره الإفتراضي ، في ظل دراسة السوق والمتغيرات البيئية المختلفة (الإقتصاد ، التشريعات القانونية ، لتكنولوجيا ...الخ) .

40-Visual Management **الإدارة المرئية**

نمط إداري يقوم على المفهوم التالي : يجب أن يكون المديرين وفي كافة المستويات الإدارية (وخاصة الإدارة المباشرة) قريبين من واقع تنفيذ العمل ، أي يقضون معظم وقتهم بجانب مرؤوسيهم أثناء تنفيذهم لمهامهم ، بشكل يكونوا قريبين من المشاكل الفعلية التي تصادفهم ومن موقع الحدث . والسبيل إلى ذلك هو تفعيل الإتصال غير الرسمي مع المرؤوسين، وكسر الحواجز التنظيمية التي تحول دون الإتصال بين المديرين والمرؤوسين .

41-Vogel's Aproximation Method (VAM) **أسلوب فوجل التقريبي**

إحدى الطرق الكمية المستخدمة في حل ومعالجة مشاكل نقل وتوزيع السلع من مصادر تجهيز متعددة إلى أماكن طلب عليها متعددة بأدنى تكلفة . وتركز هذه الطريقة على إيجاد الحل الأولي لمشكلة النقل من خلال ورشة كلف النقل المرتبطة بالطرق البديلة لنقل السلع من المصانع إلى المخازن أو مراكز التوزيع الأخرى ، وإختيار الأقل تكلفة .

42-Voice Output Computer **حاسوب إخراج الصوت**

جهاز مصمم لتزويدنا بالمعلومات التي نطلبها منه صوتياً ، حيث يستخدم الآن في مجالات كثيرة وبشكل خاص داخل السيارات ، والطائرات ، ووسائل النقل الأخرى ، وبإمكان هذا الحاسوب أن يزودنا بالمعلومات دون أن نطلبها منه ، فحاسوب السيارة مثلاً ينبه السائق صوتياً إلى نقص البنزين أو الزيت أو أية مشكلة أخرى في السيارة .

43-Voice Tone Communication **الإتصال بنبرة الصوت**

أحد أدوات الإتصال التي يمكن إستخدامها أثناء الإتصال غير اللفظي ، فرفع الصوت عالياً دليل على الإنفعال ، والغضب ، والعصبية ، أو التنبيه ، في حين النبرة المنخفضة دليل على الهدوء ، أما الإرتجاف في نبرات الصوت فهي مؤشر يدل على الحزن أو الخوف .

44-Volatile External Environment **بيئة خارجية غير مستقرة**

هي البيئة التي تتصف متغيراتها بالتغير المستمر وعدم الإستقرار ، أي أنها في حالة حركة دائمة التي إما أن تكون متوسطة أو سريعة ، حيث ينتج عنها بيئة متوسطة التغير (أو الحركة) وبيئة سريعة التغير . مثل هذه البيئة يكون العمل فيها صعباً ، وتحتاج إلى جهود مكثفة في مجال التنبؤ باتجاهات متغيراتها وسرعة تغيرها . فعلى سبيل المثال يمكن القول بأن سرعة التغير في القوانين والتشريعات الإقتصادية والتجارية وخاصة في مجال تحديد الرسوم الجمركية ، تجعل المنظمات في حالة قلق وتوتر ولا تعرف بشكل جيد كيف تخطط نشاطها .

45-Volatile Market — سوق غير مستقرة (متغيرة)

هو السوق الذي تحدث فيه تقلبات متعددة ومتنوعة وسريعة تؤثر في حجم العرض والطلب على السلع والخدمات المعروضة فيه ونوعيتها وعددها . وتحدث هذه التقلبات لأسباب كثيرة منها على سبيل المثال وليس الحصر : سرعة تغير أذواق المستهلكين ، ونمط معيشتهم ونمط سلوكهم الشرائي ، تغير مستوى دخل المستهلك ، سرعة تغير القوانين والتشريعات الإقتصادية والتجارية ، وبشكل خاص في مجال الإستيراد والتصدير . مثل هذا السوق يكون التعامل معه والتسويق فيه ليس سهلاً .

46-Volume Chart — خريطة الحجم

رسم بياني يوضح حجم أو كمية العمل في نشاط معين خلال فترة زمنية محددة .

47-Volunatary Chain Stores — سلسلة المتاجر الطوعية

مجموعة من المتاجر أو البائعين بالمفرق يتفقون في ما بينهم على ألا يشتروا بضائعهم إلا من تاجر جملة واحد ، من أجل الحصول على المنافع التالية :

- الحصول على خصم الكمية .
- الحصول على نصائحه في مجال البيع بالمفرق .
- مساعدتهم في عملية الترويج .
- القيام بحملات ترويج (دعاية وإعلان) مشتركة تقلل من تكلفتها .

48-Voluntary Resignation — الإستقالة الطوعية

هي إحدى حالات ترك العمل من قبل العاملين في المنظمة بناء على رغبة وقناعة منهم ، وذلك لأسباب شخصية كثيرة ، تحتم عليهم إنهاء خدمتهم في المنظمة ، وبالتالي فسبب ترك العمل هنا ليس المنظمة بل الشخص نفسه .


W

1-Wage أجر

هو أحد البنود الأساسية التي يتكون منها التعويض المباشر ، وسمي بهذه التسمية لأن دفعه مرتبط مباشرة بجهد وأداء وإنتاجية الفرد في عمله ، ويأخذ دفع الأجر أحد الشكلين التاليين : الدفع على أساس الوحدة الزمنية كالأجر في الساعة مثلاً ، والأجر بالقطعة ، حيث يتقاضى الفرد أجره على أساس كمية القطع التي ينتجها . ويتقاضى الأجر فئة معينة من العاملين هم الذين يعملون عادة في أعمال ذات إنتاجية ملموسة كالعمال الصناعيين والفنيين .

2-Wages and Salaries Structure هيكل الرواتب والأجور

هو عدد من الفئات تمثل كل منها راتب أو أجر مجموعة وظيفية تضم عدداً غير محدد من وظائف المنظمة المتشابهة من حيث طبيعتها ومسؤولياتها وبغض النظر عن مسماها الوظيفي ، وعليه فراتب أو أجر الفئة يسري على جميع وظائف المجموعة الوظيفية ، ويفصل عادة بين الفئة والأخرى عدد متساوي من النقاط يدعى بمدى فئة الأجر على النحو التالي :

الفئة الأولى :	من 5000	وأقل من	10000	وحدة نقدية
الفئة الثانية :	من 10000	وأقل من	15000	وحدة نقدية
الفئة الثالثة :	من 15000	وأقل من	20000	وحدة نقدية

وبالتالي فكل الوظائف الواقعة في الفئة الأولى مثلاً ستتقاضى راتباً أو أجراً ما بين 5000 وحدة نقدية وهو الحد الأدنى للرواتب والأجور وأقل من 10000 . وتلجأ المنظمات عادة إلى تقسيم الفئة الواحدة إلى فئات فرعية على النحو التالي :

من 5000 و أقل من 6000

من 6000 و أقل من 7000

من 7000 و أقل من 8000

3-Wage Cost Variance إنحراف تكلفة الأجر

الإختلاف بين تكلفة الأجور المعيارية المقدرة والمحددة ، وبين تكلفة الأجور الفعلية .

4-Wage Efficiency Theory نظرية كفاية الأجر

يشير مضمون هذه النظرية إلى أن ما تدفعه المنظمة من رواتب وأجور للعاملين لديها ، هو بمثابة إستثمار له عائد يفوق ما أنفق عليها ، فعندما يكون مستوى الراتب أو الأجر الذي تدفعه للعاملين فيها أعلى من المعدل السائد في السوق هذا يُمكنها من :

- إستقطاب كفاءات بشرية ذات مستوى عالي للعمل لديها .

- رفع إنتاجية العمل .
- رفع الفاعلية التنظيمية .

فالفرق الذي تدفعه المنظمة عن ما تدفعه المنظمات الأخرى في مجال الأجور ، سيغطيه إرتفاع الإنتاجية والفاعلية التنظيمية .

5-Wage Rate Variance — إنحراف معدل الأجور

هو الإختلاف أو الفرق الحاصل بين معدل الأجور المعياري وبين معدل الأجور الفعلي .

6-Walk –ins Applicants — المتقدمون للتوظيف دون إستقطابهم

قوى عاملة تأتي للمنظمة (أو بالمراسلة) باحثة عن فرصة عمل أو وظيفة شاغرة للعمل فيها ، دون قيام المنظمة بإستقطابها . ويحدث هذا الأمر في حالتين : الأولى أن المنظمة ذات سمعة طيبة ومستوى رواتبها عالي، مما يجعلها مكاناً مرغوباً للعمل فيه . والثانية أن هناك وفرة كبيرة من القوى العاملة في سوق العمل والطلب عليها قليل (بطالة) .

7-Warehouse Design — تصميم المستودع (المخزن)

عمل فني تنظيمي يتم من خلاله ما يلي :

- تحديد أبعاد المخزن (الطول ، العرض ، الإرتفاع) .
- تحديد الممرات الداخلية في المخزن .
- تحديد أبواب المخزن (الرئيس ، الطوارئ) .
- تحديد مساحات تخزين المواد والأصناف .
- تحديد وسائل المناولة ونوعها .
- تحديد أوعية التخزين (أرفف ، صناديق ، أدراج) .
- تحديد وسائل الحماية والمحافظة على المخزون .
- تحديد منطقة الإستقبال والتحميل .

8-Warehouse to Warehouse Insurance — شرط التأمين من المخزن إلى المخزن

شرط قد تتضمنه وثيقة التأمين (بإتفاق المؤمن والمؤمن لديه) يفيد تغطية عقد التأمين للمخاطر المحتملة التي قد تتعرض لها البضاعة خلال شحنها أو رحلتها من مخزن معين إلى مخزن محدد آخر .

9-Warning Information — معلومات تحذيرية

هي إحدى أنواع المعلومات التي تشتمل على إشارات تحذيرية تنبه بحدوث تغيرات يمكن أن تؤثر سلباً في أداء المنظمة وتحقيق أهدافها ، مثل إرتفاع أسعار المواد الأولية ، دخول منافس جديد للسوق ، إرتفاع معدل دوران العمل في المنظمة وغيرها .

10-Warwick University Model of HRM — نموذج جامعة ورويك لإدارة الموارد البشرية

نموذج وُضع من قبل الباحثين البريطانيين Hendry and Pettigrew من جامعة "ورويك" يوضح الإطار العام لدور ونشاط إدارة الموارد البشرية في المنظمة ، الذي يتكون من خمسة عناصر (من وجهة نظر هذا النموذج) هي ما يلي : البيئة الخارجية ، بيئة المنظمة الداخلية ، إستراتيجية المنظمة ، إستراتيجية الموارد البشرية ، محتوى دور إدارة الموارد البشرية . وقد وضح النموذج العلاقة بين هذه العناصر بما يلي : تؤثر متغيرات البيئة الخارجية بشكل مباشر في البيئة الداخلية ، التي بدورها تؤثر في وضع إستراتيجية المنظمة وإستراتيجية الموارد البشرية ، حيث كلتا الإستراتيجيتان تؤثران في رسم مضمون نشاط إدارة الموارد البشرية ودورها ، فتحقيق هذا الدور يسهم في تحقيق الإستراتيجيتين .

11-Washing of Money — غسيل الأموال

ويسميه بعضهم بتبييض الأموال ، الذي يقصد به إكساب المال الذي تم جنيه من طرق غير مشروعة وغير قانونية ، الصفة الشرعية والقانونية . ويتم غسيل الأموال من خلال عدة طرق منها على سبيل المثال:

- إنشاء صناعات وبيع منتجاتها بأسعار تقل بكثير عن تكلفتها .
- شراء عقارات بسعر أكبر بكثير من سعرها الحقيقي ، ومن ثم بيعها بسعر شرعي أقل من سعر شرائها .
- تحويلات مصرفية مجهولة المنشأ .
- شراء أوراق يانصيب رابحة بسعر أعلى بكثير من قيمة جوائزها الفعلية .

هذه العمليات السابقة توجد المبرر الشرعي والقانوني لحيازة هذه الأموال لمن قام بجنيها .

12-Weighted Application Blank — طلب التوظيف ذو الأوزان

إستمارة مطبوع عليها عدد من الأسئلة والإستفسارات عن المتقدم لطلب العمل والتوظيف ، وكل سؤال له وزن بعدد من النقاط التي توضح أهمية المعلومة التي يُستفسر عنها من صاحب الطلب ، حيث يتم تقييم هذه المعلومات بالنقاط ، ويحصل كل طالب توظيف على قيمة عددية (نقاط) ، والطلب الذي يحصل على عدد من النقاط (100/50) مثلاً وما فوق يُقبل صاحبه للدخول في إجراءات عملية الإختيار والإختبارات .

13-Weighted Average Cost of Capital — **المعدل الموزون لكلفة رأس المال (التمويل)**

يُعد هذا المعدل القاعدة الأساسية لصنع العديد من القرارات المالية من قبل الإدارة المالية في منظمات الأعمال ، ويشير مفهومه إلى ما يلي : هو الحد الأدنى من العائد الذي يتوجب على منظمة الأعمال تحقيقه من إستثماراها ، لكي ترضي من خلاله المستثمرين (المساهمين) فيها .

14-Weighted Performance Appraisal Secret Check List — **قائمة تدقيق تقييم الأداء ذات الأوزان السرية**

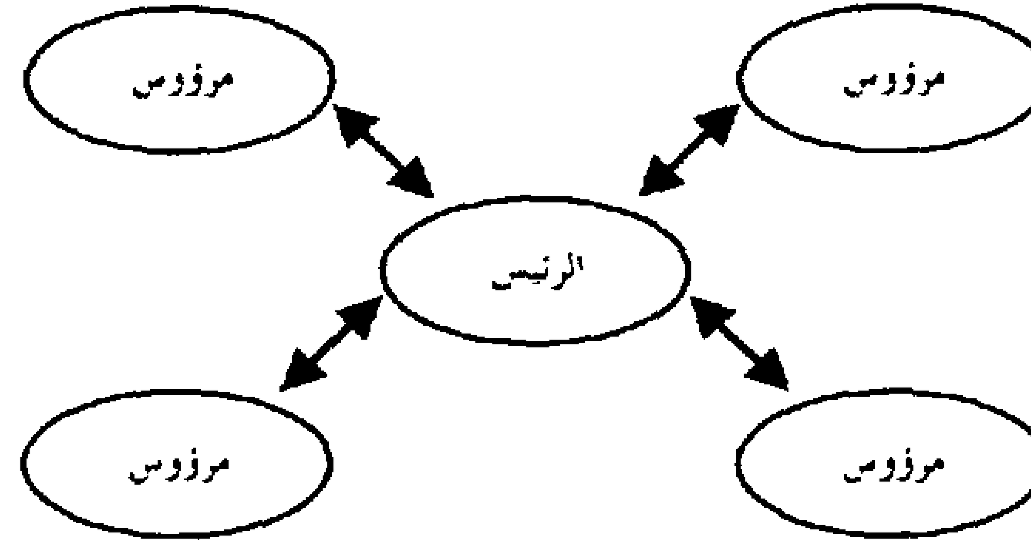
تُعَدُ هذه القائمة (التي يُقيم أداء العاملين بوساطتها) عن طريق دراسة كل نوع من الوظائف لتحديد قائمة من الأسئلة على شكل عبارات وصفية تصف الأداء الكفؤ للعمل ، بحيث يكون لكل نوع من الوظائف قائمة تقييم (أو أسئلة) خاصة بها ، لأن طبيعة العمل تختلف من نوع لآخر، وبالتالي ليس هناك عدد محدد من الأسئلة لكل قائمة ، لأن عددها يتحدد حسب نوعية الوظائف وماهية العمل الذي تؤديه . وبعد تحديد الأسئلة يعطى لكل سؤال قيمة رقمية (وزن) على شكل عدد من النقاط التي لا يعرفها المقيم أي تكون سرية ، وعليه يمكن القول بأن الأسئلة (أو العبارات) هي بمثابة معايير تقييم الأداء . وتنحصر مهمة المقيم بقراءة الأسئلة ليجيب عنها بنعم أو لا ، فإجابته بنعم تعني أن العبارة أو الصفة (أو المعيار) متوفرة في أداء وسلوك الشخص الذي يقيم أداءه ، وفي هذه الحالة يحصل على قيمة أو وزن السؤال . أما إذا كانت الإجابة بلا ، معنى ذلك أن المعيار غير متوفر فيه فيخسر نقاطه . وبعد الإنتهاء من إجابة المقيم عن أسئلة القائمة ، تحسب عدد النقاط التي حصل عليها الشخص المُقَيَمْ ، حيث تمثل نتيجة تقييمه .

15-Wellness Programes — **برامج الوقاية والرعاية الصحية**

خدمة تقدمها المنظمات للعاملين لديها كمنحة أو ميزة وظيفية ، حيث تقوم بتغطية كامل تكلفتها (بعض المنظمات تجعل العاملين يغطون جزءاً منها) . بمقتضاها تنظم حملات توعية صحية مستمرة وفحوصات طبية مخبرية وقائية دورية لجميع العاملين في المنظمة ، لمتابعة حالتهم الصحية بإستمرار، وحمايتهم من الإصابة بالأمراض مثل إرتفاع ضغط الدم الشرياني ، وشحوم الدم ، والسكري ....الخ ، ومعالجتهم فور إكتشاف المرض تطبيقاً للمثل القائل : درهم وقاية خير من قنطار علاج ، كما تشتمل هذه البرامج على وجود صالة رياضية من أجل اللياقة البدنية . وينظر الآن إلى تكاليف هذه الخدمة ، على أنها إستثمار له عائد يتمثل بالمحافظة على صحة العاملين من أجل جعل إنتاجيتهم عالية ، وتقليل أيام الإجازات المرضية والعلاج الطبي.

16-Wheel Communication Net — **شبكة إتصالات العَجَلْ (الدولاب)**

هي إحدى أنواع شبكات الإتصال التي يمكن إستخدامها في المنظمات ، حيث تتيح لشخص واحد فقط في محور معين (الرئيس) أن يتصل بأعضاء مجموعته (مرؤوسيه) ولا يمكنهم الإتصال ببعضهم بعضاً إلا من خلاله . هذا النمط من الشبكات هو تجسيد لمركزية السلطة وصنع القرارات ، وفي ما يلي شكل يوضح هذه الشبكة :



17-White Collar Employees — الموظفون ذوي الياقة البيضاء (المكتبيون)

مصطلح أُطلق على الموظفين الذين يعملون في وظائف مكتبية وليست صناعية أو خدمات فنية ، حيث يرتدون لباساً مدنياً عادياً (بدلة وقميص وربطة عنق) ويتقاضون تعويضهم النقدي المباشر الذي يسمى بالراتب ، على أساس معيار الزمن وليس كمية الإنتاج ، لأن الأعمال التي يمارسونها أعمالاً تتصف إنتاجيتها بأنها غير ملموسة أي من الصعب بل من الإستحالة أحياناً قياسها .

18-White Kinght Strategy — إستراتيجية الفارس الأبيض

هي إحدى الإستراتيجيات الدفاعية التي تلجأ بعض الشركات غير الكبيرة إلى إستخدامها ، لمواجهة شركة كبيرة تريد الإستحواذ (شراءها) عليها بقيمة أقل من قيمتها الحقيقية . بموجب هذه الإستراتيجية تبحث الشركة المراد الإستحواذ عليها (المستهدفة) عن شركة أخرى (الفارس الأبيض) لتحثها على شرائها بالقيمة الحقيقية ، بهدف قطع الطريق أمام الشركة الأولى التي تريد الإستحواذ عليها بقيمة أقل . يفهم من ذلك أن إستخدام هذه الإستراتيجية يكون في حالة كون أن مسألة الإستحواذ مسألة محتومة ولا بد منها لدى الشركة المستهدفة .

19-White Propaganda — الدعاية البيضاء

الدعاية بوجه عام هي ، جهود مقصودة للتأثير في الغير ، عن طريق تزويده بمعلومات معينة ، لإقناعه بفكرة ، أو رأي ، أو سلعة ...الخ ، بهدف توجيه سلوكه ورأيه وقناعته الوجهة المطلوبة . وتكون هذه المعلومات صحيحة وحقيقية وموضوعية ، أي أنها تخاطب العقل والعاطفة سوية . وعليه يمكن القول أن الدعاية البيضاء لا تحتوي على أكاذيب مضللة .

20-Whole Integrated System Approach of Organizational Structure Design
مدخل النظام الكلي المتكامل في تصميم الهيكل التنظيمي

هو أحد المداخل المستخدمة في تصميم الهياكل التنظيمية ، الذي ينظر إلى المنظمة وهيكلها التنظيمي على أنه هيكل كلي مكون من هياكل تنظيمية فرعية متكاملة مع بعضها بعضاً ، في سبيل تحقيق هدف كلي مشترك هو هدف المنظمة . فالهياكل الفرعية (هياكل الإدارات) هي عبارة عن فرق عمل متكاملة ، يتحول بموجبها الهيكل التنظيمي العمودي الطويل إلى هيكل أفقي ، بحيث يشجع المديرين على أن ينظروا إلى المنظمة والعمل فيها نظرة كلية وليست جزئية ، فعمل الهياكل الفرعية مترابط مع بعضه عمودياً وأفقياً، حيث يتأثر الجميع بأية مشكلة تحدث ، مما يزيد من أواصر التعاون والتنسيق بينها ، والعمل الجماعي والمشاركة في كافة أنحاء المنظمة ، الأمر الذي يؤدي إلى إنسياب العمل داخلها أفقياً وعمودياً دون عوائق، مما يسهل من إنتقال الأوامر والتعليمات والتوجيهات بسهولة وسرعة .

21-Whole Life Insurance
التأمين مدى الحياة

هو أحد أشكال التأمين الذي تقدمه شركات التأمين ، بموجبه تتم حماية المؤمن عليه لديها على إمتداد حياته وحتى وفاته ، طالما أنه ملتزم بسداد الأقساط في مواعيدها المحددة .

22-Wholesale
البيع بالجملة

يقوم بهذا النوع من البيع تجار الجملة ، الذين يعتبرون حلقة الوصل بين المنتجين وتجار التجزئة ، وبالتالي فهم يمثلون أحد منافذ أو قنوات التسويق أو التوزيع . ويتصف هذا النوع من البيع بأن الكميات التي يبيع بها كبيرة الحجم ، وسعر السلعة يكون أقل من سعر بيع التجزئة للمستهلك الأخير .

23-Whole Versus Part Learning and Training
التعلم والتدريب الكامل مقابل الجزئي

هو المفاضلة ما بين أن يُعلم ويدرب المتدرب على الموضوع دفعة واحدة أم على دفعات أو أجزاء . بالطبع هذا يعتمد على أمور كثيرة منها : سهولة أو صعوبة الموضوع ، إمكانات المتدرب ، طول وقصر فترة التعلم والتدريب ...الخ .

24-Whole Workers Strike
إضراب عمالي شامل (أو كلي)

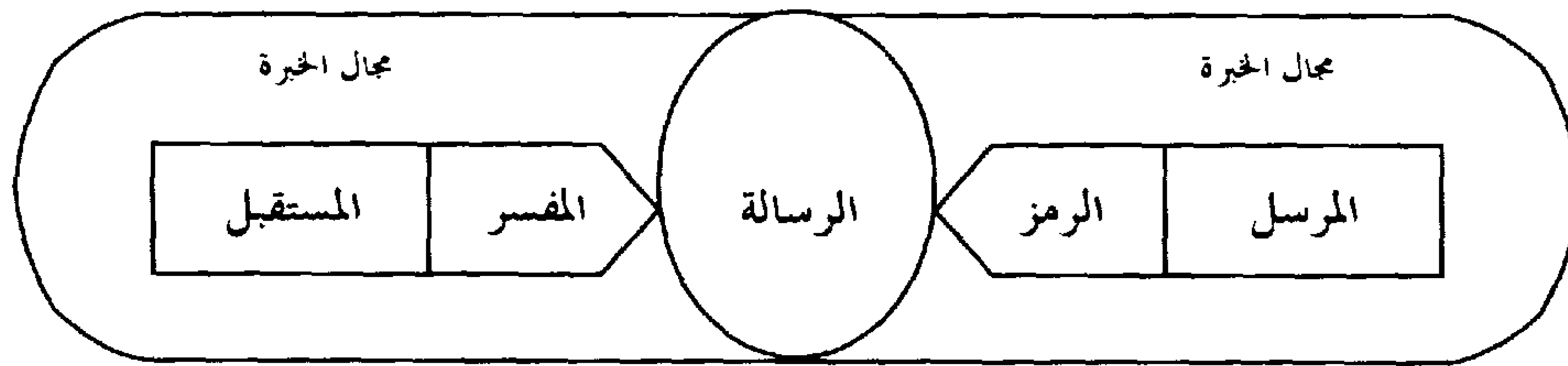
إمتناع جميع العاملين في المنظمة ، أو جميع العاملين الذين ينتمون لمهنة ونقابة واحدة في جميع المنظمات ، عن مباشرة أعمالهم لفترة زمنية محددة بتوجيهات من النقابة ، بسبب عدم توصل الأخيرة إلى إتفاق مع الحكومة أو أصحاب الأعمال حول مطالبها المتعلقة بالعمال ، وكوسيلة ضغط لقبول هذه المطالب . هذا النوع من الإضرابات خطير ، لأنه يشل العمل بشكل كامل ، وخسائره جسيمة على المنظمات وعلى الإقتصاد في البلد .

25-Wide Area Network **شبكات الحاسوب الواسعة**

ربط شبكتي حاسوب محليتين أو أكثر ضمن مساحة جغرافية شاسعة ، وغالباً ما تكون خطوط الهاتف هي وسيلة الوصل بين هذه الشبكات . وقد تطورت وسائل الإتصال فاستخدمت الألياف الضوئية ومنظومات الأقمار الصناعية من أجل هذا الربط أو الوصل ، حيث استخدمت مئات الحواسيب المتصلة مـن خـلال دارات رقمية Digital عالية القدرة .

26-Willbur Shramm Communication Model **نموذج "ويلبر شرام" عن الإتصال**

تتلخص فكرة شرام عن الإتصال بما يلي : "تعتمد فاعلية الإتصال على وجوب توفر خبرة مشتركة بين المتصل والمتصل به ، ففاعلية الموقف الإتصالي تعتمد على التناغم والتوافق بينهما ، الذي بدونهما لا تتحقق الفاعلية ، لذلك فمن الأهمية بمكان أن تكون الرسالة الموجهة من المرسل إلى المستقبل في مجال خبرة مشتركة بينهما حتى يتحقق ذلك التناغم والتوافق ، الذي يقصد بهما الإدراك والفهم المشترك بينهما ، والشكل التالي يوضح هذه الفكرة :



27-Windfall Gains Tax **ضريبة المكاسب غير المتوقعة**

تُفرض هذه الضريبة على المكاسب المالية التي تتحقق بسبب ظروف غير متوقعة أو مفاجئة ، كالتي تكون ناتجة مثلاً عن إرتفاع الأسعار المحلية أو العالمية .

28-Withdrawal of Authority **سحب (إسترجاع) السلطة**

عندما يقوم رئيس ما في أي مستوى إداري بتفويض مرؤوسه لجزء من سلطته ، فهذا لا يعني أنه قد تخلى عنها نهائياً ، بل يمكنه أن يسحبها منه وقت ما يشاء ، ويسمى ذلك "بسحب السلطة". ويحدث هذا الإسترجاع عندما يشعر المُفوَض أن من فوض إليه السلطة غير كفؤ أو غير أهل لإستخدام السلطة ، نتيجة إساءته لإستخدامها أو قلة خبرته .

29-Withdrawal Strategy **إستراتيجية الإنسحاب**

تقوم فكرة هذه الإستراتيجية على ضرورة إنهاء أعمال المنظمة في مجال معين بشكل نهائي وانسحابها من التنافس والسوق ، وذلك بسبب قناعتها بعدم إمكانيتها على الإستمرار في المنافسة . وفي بعض الحالات قد يكون الإنسحاب لمدة زمنية محدودة ، ريثما تتغير العوامل البيئية التي أدت إلى إنسحابها .

30-Withdrawal Behavior — **السلوك الإنسحابي أو الإنطوائي**

يمثل أحد أنواع السلوك الدفاعي الذي يلجأ إليه الإنسان عندما يفشل في تحقيق حاجة أو أكثر لديه . والإنسحاب نوعان الأول فسيولوجي فكري ، حيث يقرر الإنسان الإنسحاب من المجال الذي سبب له الفشل ومن ثم الإحباط ، كأن يغير رجل أعمال نوعية عمل مشروعه إلى نوع آخر من الأعمال . أما الثاني فيسمى بالإنسحاب النفسي ، حيث يلجأ الإنسان إلى مواجهة فشله وإحباطه بالإبتعاد عن الآخرين ، والإنطواء على النفس ، واللامبالاة وعدم الإهتمام .

31-With Particular Average Insurance Clause — **التأمين بشرط الإلتزام الجزئي بالتلف**

شرط قد تتضمنه وثيقة التأمين يفيد بمسؤولية شركة التأمين المؤمن لديها عن أي تلف جزئي (تحدد نسبته في عقد التأمين) يصيب البضاعة أثناء شحنها ، أو تفريغها ، أو عند التقادم .

32-Word- of-Mouth Recruiting — **إستقطاب الموارد البشرية الخارجية عن طريق أقاربهم وزملائهم في المنظمة**

هو أحد الأساليب التي تعتمد عليها المنظمات في إستقطاب الموارد البشرية التي تحتاجها من مصادر خارجية ، ويتم عن طريق إعلام العاملين في المنظمة عن وجود وظائف خالية فيها ، حيث يطلب منهم إذا كانوا يعرفون أشخاصاً من أصدقائهم أو أقاربهم خارج المنظمة ، ممن تتوفر فيهم الشروط المطلوبة لشغل هذه الوظائف ، أن يحثوهم ويقنعوهم للتقدم وطلب التوظيف والعمل في المنظمة .

33-Work — **عمل**

العمل مصطلح يشير إلى نشاط فيسيولوجي وذهني بآن واحد ، ينفذ من قبل شخص أو مجموعة ما في مكان معين (المنظمة) وزمان محدد ، وفق تعليمات محددة بشكل مسبق لإنجاز مهمة ما وهدف محدد ، ويتقاضى هذا الشخص لقاء هذا النشاط تعويضاً مالياً ، ومعنوياً على شكل رضى نفسي . من خلال هذا التعريف تتضح النقاط التالية :

- العمل نشاط إنساني يتكون من جهد عضلي وذهني بآن واحد .
- ينفذ العمل خارج البيت .
- ينفذ العمل في مكان محدد (منظمة) داخل المجتمع .
- ينفذ العمل في أوقات محددة نهاراً أو ليلاً (ورديات العمل) .

- ينفذ العمل كنشاط في ظل علاقات إجتماعية مع الآخرين خارج وداخل مكان العمل .
- يخضع تنفيذ العمل لقواعد وتعليمات وأنظمة محددة .
- يخضع تنفيذ العمل لرقابة وتقييم .
- ينتج عن العمل كنشاط تعب فسيولوجي وذهني يتقاضى عنه الفرد تعويضاً مالياً ومعنويا .

العمل في ضوء ما تقدم عبارة عن مدخلات ومخرجات ، المدخلات هو الجهد الفسيولوجي والذهني والزمن الذي يقدمه الفرد للمنظمة ، ومخرجات يحصل عليها منها وهي التعويض المادي والمعنوي .

34-Work Accedent Frequancy Rate — معدل تكرار الحادثة

أحد المعايير المستخدمة في تقييم الجهود المبذولة في المنظمة لتوفير السلامة والصحة المهنية في مكان العمل للعاملين ، حيث كلما إنخفض هذا المعدل كان مؤشر على نجاح هذه الجهود والعكس من ذلك صحيح ، وهذا المعدل يقيس تكرار حدوث نوع حادثة معينة أو مرض معين فقط ، ويقاس من خلال ما يلي :

عدد مرات حدوث إصابة أو مرض من نوع معين خلال فترة زمنية محددة (سنة عادة)

ـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ × 1000000

عدد ساعات العمل الكلية لجميع العاملين خلال الفترة الزمنية ذاتها (عدد العاملين × عدد أيام العمل السنوية الفعلية × عدد ساعات العمل الفعلية)

ويتوقف إستخدام المعدل من مليون أكثر أو أقل ، على عدد العاملين في المنظمة .

35-Work Accident Rate — معدل حوادث العمل

أحد المعايير المستخدمة في تقييم برامج السلامة والصحة المهنية ، حيث كلما كان هذا المعدل مرتفعاً ، كان مؤشر على عدم نجاح هذه البرامج وجداوها ، والعكس من ذلك صحيح . ويقاس هذا المعدل عن طريق :

عدد حوادث العمل خلال فترة زمنية محددة (سنة عادة)

ـــــــــــــــــــــــــــــــــــــــ × 1000000

عدد ساعات العمل الكلية لجميع العاملين خلال الفترة الزمنية ذاتها (عدد العاملين× أيام العمل الفعلية × ساعات العمل الفعلية)

ويتوقف إستخدام المعدل من مليون أكثر أو أقل ، على عدد العاملين في المنظمة .

36-Work Aids — مساعدات العمل

هي الأدوات التي يستخدمها العاملون في تنفيذ الأعمال الموكلة إليهم فتسهل من أدائهم لها ، وترفع مستوى هذا الأداء من حيث ، السرعة ، الكمية ، الجودة ، السهولة ، التكلفة . ومن هذه المساعدات ، الحاسب الآلي بمختلف أشكاله ، آلة حاسبة ، فيديو ...الخ .

37-Work-Based Training &Development — التدريب والتنمية في مكان العمل

هو برامج التدريب والتنمية التي تنفذ داخل المنظمة ، إما أثناء أداء المتدرب للعمل ، أو جزء من التدريب والتنمية يتم أثناء العمل ، والجزء الآخر ينفذ في قاعات تدريب داخلها ، أوأنه ينفذ كاملاً في قاعات المنظمة التدريبية . ويشتمل هذا النوع من التدريب والتنمية على أساليب متعددة أهمها التدريب المهني الفني ، دوران الأعمال ، الإدارة المتعددة ...الخ .

38-Work Burden — حِمْلُ العمل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Work Load

عبء العمل

39-Work Conditions — ظروف العمل المادية

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Work Physical Environment

بيئة العمل المادية

40-Work Dead Time — وقت توقف العمل

هو الوقت الذي لا يكون فيه عمل خلال ساعات العمل الرسمية اليومية ، كوقت إستراحة العمال ، إعادة تجهيز الآلات ، عطل طارىء حدث في العمل ....الخ .

41-Work Disability Compensation — تعويض عدم المقدرة على العمل

خطة حماية مالية تدفع المنظمة بموجبها تعويضاً للعاملين الذين أصابهم مرض أو حادث بسبب العمل ، أدى إلى إنقطاعهم عنه لفترة من الزمن . وتوضح خطة الحماية فترات الإنقطاع وتعويض كل منها وفيما يلي مثال على ذلك :

من 1 وحتى 60 يوم يدفع كامل الراتب والأجر

من 61 وحتى 90 يوم يدفع 75% من الراتب والأجر

من 91 وحتى 120 يوم يدفع 50% من الراتب والأجر

ووصفت هذه الخطة بالحماية ، ذلك لأنها تضمن دخلاً للفرد خلال فترة إنقطاعه عن العمل بسبب المرض أو الإصابة .

42-Work Division — تقسيم العمل

هو أحد مبادئ الإدارة ، وأول من فكر فيه وطبقه قدماء المصريون في صناعة الآجر (الطوب) الأحمر على ضفاف نهر النيل ، ثم جاء المفكر الإقتصادي آدم سميت "Adam Smith" في منتصف القرن الثامن عشر لينادي بتطبيقه ، وقد طُبق في مصنع لصناعة الدبابيس . ويقصد بالتقسيم هنا تجزئة العمل الواحد إلى

الجزئيات (الخطوات) التي يتكون منها أو إلى وحدات عمل صغيرة ، ليسهل أداءها وتنفيذها بسرعة . إذاً تقسيم العمل هو أحد مبادىء الإدارة الذي يهدف إلى رفع كفاية العمل والأداء ، ومرحلة سابقة والقاعدة التي يقوم عليها مبدأ آخر وهو التخصص .

43-Work Environment Management — إدارة بيئة العمل الكلية

نشاط يشتمل على مجموعة من الأعمال والإجراءات الفنية والإدارية ، يهتم بدراسة الظروف المناخية والنفسية السائدة في مكان تنفيذ العمل داخل المنظمة (وبشكل خاص الصناعية) ، وتصميم البرامج المتخصصة ، من أجل السيطرة على / وإزالة مصادر ومسببات الحوادث والأمراض المحتملة ، التي يمكن أن يصاب بها العاملون أثناء تأدية أعمالهم . وينظر إلى إدارة بيئة العمل على أنها عملية إدارية مكونة من :

- تخطيط : وضع إستراتيجية تضمن سلامة العاملين الفسيولوجية والنفسية ، وتشتمل على تخطيط مجموعة من البرامج لتحقيق هذه الغاية .
- تنظيم : ويشتمل على تنظيم مكان العمل ، وخطوط الإنتاج ، وتصميم البناء ...الخ .
- التوجيه : القيام بحملات توعية للعاملين لحماية أنفسهم من مخاطر العمل وضغوطه الجسدية والنفسية .
- الرقابة : تحتاج جهود الحماية الجسدية والنفسية للعاملين إلى متابعة وتقييم الثغرات الموجودة في البرامج المعدة لهذه الغاية .

44-Work Flexibility — مرونة العمل

هي إحدى الصفات التي يجب أن يتصف بها تصميم العمل ومفادها : توفير وإتاحة الفرصة للعاملين بأن يعملوا في عدة وظائف ويمارسوا عدة مهام ، بشكل يؤدي إلى تمكينهم من إستخدام عدة مهارات .

45-Work Flextime System — نظام مرونة وقت العمل

إجراء يتعلق بتنظيم ساعات العمل الرسمية داخل المنظمات ، بموجبه يترك للفرد حرية إختيار أو توقيت ساعات عمله بالشكل الذي يتوافق مع ظروف حياته العامة أو الأسرية . ويتطلب تطبيق هذا النظام توفير بدائل لزمن العمل الرسمي إما عن طريق ورديات العمل ، بحيث يختار الفرد الوردية التي تناسبه ، أو إطالة وقت العمل وجعله مثلاً من الساعة /6/صباحاً وحتى /6/ مساءً ، بحيث يتاح للفرد حرية إختيار الوقت الذي يناسبه بين هذين الحدين من الزمن ، شريطة ألا تزيد أو تنقص ساعات عمله عن /8/ ساعات وهي وقت العمل الرسمي . بالطبع لا يمكن تطبيق هذا النظام إلا إذا كانت ظروف المنظمة والعمل فيها يسمحان بذلك .

46-Work Flow- Chart — خريطة إنسياب العمل

خريطة (أو رسم بياني) تستخدم مجموعة من الرموز من أجل توضيح المراحل أو الخطوات التي يمـر بهـا تنفيذ عملية أو إجراء معين من بدايته وحتى نهايته . وتفيد هذه الخريطة في عمليـة تبسـيط الأعمـال أو الإجراءات أو في إعادة تصميمها من جديد بمراحل أو خطوات جديدة ، ليؤدى العمل أو الإجراء بصورة جديدة أكثر كفاءة وفاعلية . ويستخدم في إعداد هذه الخريطة الرموز التالية للتعبير عـن الخطـوات أو المراحل :

O	Opeoration	عملية
→	Move	حركة أو إنتقال
D	Delay	تأخير
Δ	File	حفظ في الملفات أو تخزين
☐	Control	تدقيق أو رقابة

47-Work Force — قوة العمل

تمثل عدد العاملين الذين يعملون في المنظمة ، وساعات عملهم الفعلية المتاحة في وحدة زمن ، ومؤهلاتهم العلمية ، وخبراتهم ، ومهاراتهم .

48-Work Force Flexibility — مرونة قوة العمل

إستراتيجية إستحدثتها الإدارة اليابانية وطبقتها في مجال تصميم العمل وتنفيذه ، ومضمونها تشكيل قـوة عمل (عاملون) يمتلكون عدة مهارات ، تُمكنهم من أداء عدة مهام وليس مهمة واحدة ، كما تمكنهم مـن تبادل الأعمال بين بعضهم بعضاً داخل فرق العمل والوحدات الإدارية .

49-Work Force Literacy Learning — تعلم قوة العمل المهارة اللغوية

إكساب العاملين مهارة الكتابة والصياغة اللغوية والنحو والإملاء التي يحتاجونها في ممارسة أعمالهم الإدارية والكتابية ، وبالتالي يخضع لهذا النوع من التعلم الموظفون وعلى إختلاف فئاتهم ومستوياتهم الإدارية (بإستثناء العمال الصناعيين ، والصيانة ، والخدمات ، والفنيين) . وهناك بعض المنظمات مثل شركة موتورولا لا تقبل دخول أي متقدم للتوظيف لديها في إجراءات الإختيار ، إلا بعد إجتيازه لفحص المقدرة اللغوية (الكتابة ، والإملاء ، والنحو ، والصياغة) .

50-Work Force Reduction — تخفيض قوة العمل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Downsizing of Manpower

تخفيض اليد العاملة

51-Work Force Structure هيكل قوة العمل

يقصد بالهيكل هنا ، تركيبة قوة العمل المستخدمة داخل المنظمة التي يسميها بعضهم بالحزمة ، التي تتكون في العادة من :

- العاملون الدائمون حيث فئة منهم تشغل وظائف رئاسية ، والأخرى كتابية غير رئاسية .
- العمال المؤقتون والموسميون ويؤدون أعمالاً بسيطة .
- العمال الصناعيون وهم على خطوط الإنتاج .
- العمال الفنيون (الصيانة ، المهندسون ....الخ) .
- عمال الخدمة العامة .

بالطبع ليس بالضرورة أن تتكون تركيبة قوة العمل في جميع المنظمات من الفئات السابقة .

52-Work Hours Arrangement ترتيب ساعات العمل

أنظمة تستخدمها المنظمات من أجل تنظيم ساعات العمل فيها بشكل يوفر للعاملين المرونة في زمن أداء وظائفهم ، حيث يتمكنوا من خلالها التوفيق بين عملهم وظروف حياهم الخاصة والعائلية ، ومن هذه الأنظمة على سبيل المثال ضغط أيام العمل الأسبوعية من 6 إلى 5 أيام عمل . وكذلك نظام إطالة زمن العمل في المنظمة من /8/ ساعات إلى /12/ ساعة لإتاحة الفرصة للعاملين إختيار وقت عملهم الثماني ساعات ضمن الـ/12/ ساعة .

53-Work Individualism فردية العمل

أسلوب تقليدي يستخدم في مجال تصميم الأعمال وتنفيذها ساد المنظمات الأميركية وأوروبة في بداية القرن الماضي ، ويركز على مسألة الإستقلالية الشخصية في أداء العمل من قبل العمال ، وعلى إنجاز جزئية العمل الواحدة من قبل فرد واحد . ولتحقيق ذلك فهو يعتمد على تفتيت العمل إلى جزئيات وإسناد أداء أو إنجاز الجزئية الواحدة لفرد واحد ، دون وجود علاقة أو تعاون مع الآخرين الذين ينجزون الجزئيات الأخرى ، فطابع العمل هنا فردياً وليس جماعياً .

54-Work in progress عمل تحت التنفيذ

منتج ، مهمة ، معاملة ما زال العمل جاري عليها ولم ينته بعد .

55-Work Load عبء العمل

يمثل حجم المهام والمسؤوليات والصلاحيات المترتبة على الوظيفة (أو النشاط) المناطة بها ، والتي سوف يتحملها وينفذها شاغلها أومن يعمل فيها . ويكون عبء العمل على عدة مستويات هي : الفرد ، فريق

العمل ، الوحدة الإدارية ، المنظمة ككل ، ويترجم عادة إلى معايير ملموسة وغير ملموسة حسب طبيعة العمل ، من أجل قياسه وتقييمه .

56-Work Load Variance تباين عبء العمل

هو أحد الأسباب التي تؤدي إلى حدوث ضغط على الأفراد في العمل ، ويحدث التباين عندما يكون عبء العمل ومسؤولياته إما أكبر من طاقة الفرد أو أقل . وتسمى الحالة الأولى " بزيادة عبء العمل Overload " التي تُشعر الفرد بالإحباط لأن ليس بإمكانه إنجاز كمية العمل المطلوبة منه . أما الحالة الثانية فتسمى " بنقص عبء العمل Underload " التي تُشعر الفرد بالفراغ أو أن العمل الذي يؤديه روتيني لا يوجد فيه عنصر الإثارة والتحدي ، مما يحدث إنعكاسات سلبية على روحه المعنوية ، وهذا بحد ذاته يشكل ضغطاً نفسياً عليه .

57-Work Measurement قياس العمل

عمل يتم من خلاله رصد وتسجيل الحركات المختلفة التي يؤديها الفرد في عمله لإنجاز وحدة عمل واحدة كاملة ، أو لجزئية (خطوة) واحدة من الجزئيات التي تتكون منها وحدة العمل الواحدة . ويستخدم في عملية القياس ميقاتية تدعى ساعة التوقف ، وذلك لقياس الزمن الذي يستغرقه أداء كل حركة ، وكل جزيئة ، وكل وحدة عمل . وعن طريق المقارنة بين حركات الأفراد المهرة (الذين يعتبرون كمعايير) وزمن أدائها ، وبين غيرهم من ذوي المهارات المتوسطة والضعيفة ، يمكن التعرف على الحركات الضرورية التي تسهم في إنجاز العمل ، وتلك التي تستغرق جهداً ووقتاً دون إسهام فعلي في إنجازه . ومن نتيجة المقارنة يمكن وضع معدلات معيارية لإنجاز الجزئية أو العمل كاملاً ، ويمكن بوساطتها أيضاً تلافي الحركات غير المنتجة ، كما يمكن من خلال نتائج قياس العمل إستحداث حركات جديدة ، أو تعديل حركات موجودة، لإختصار الوقت ، وتوفير السهولة في الأداء .

58-Work Overload زيادة عبء العمل

ويمثل أحد مسببات ضغط العمل على العاملين ، ويقصد به أن حجم مهام ومسؤوليات وصلاحيات العمل أو المهمة المكلف بها الفرد (مدير ، رئيس ، مرووس ...الخ) تفوق إمكاناته وطاقاته الفسيولوجية والنفسية ، أي أنه غير قادر على إنجازها وتحملها .

59-Work Physical Environment بيئة العمل المادية

هي الظروف الطبيعية أو المناخية السائدة في مكان العمل داخل المنظمة ، التي تؤدي الموارد البشرية أعمالها فيها كالتهوية ، والإضاءة ، النظافة ، الحرارة ، مخاطر وأمراض العمل ، وهذه الظروف لها تأثير وإنعكاس مباشر على مستوى رضاهم وسلامتهم وصحتهم وفاعلية أدائهم .

60-Work Physical Environment Management — إدارة بيئة العمل المادية

نشاط متخصص يقوم بتصميم وتنفيذ ومتابعة وتقييم البرامج والإجراءات الإدارية والفنية المتعلقة بمسألة توفير السلامة والصحة المهنية في مكان العمل ، لحماية العاملين داخل المنظمة . ومن مهام هـذا النشـاط أيضاً متابعة المستجدات والتطورات التي تظهر في مجال سلامة وحماية العاملين وعلـى إختـلاف أنواعهـا (آلات جديدة أكثر أماناً ، فلاتر هواء جديدة ، أقنعة حديثة ، ملابس حماية، تغيير أساليب العمل لتكون أكثر أماناً ....الخ) ، للإستفادة منها في تطوير وتحديث برامج السلامة والصحة بشكل مستمر ، ولتـوفير بيئة عمل نظيفة ومريحة وصحية وسليمة ، وللمحافظة على أهم عناصر الإنتاج وهو العنصـر البشـري في العمل .

61-Work Regulations — قواعد العمل

أنظر المعنى في المصطلح المرادف :

Work Rules

قواعد العمل

62-Work Restructuring — إعادة هيكلة العمل

مصطلح مرادف لمصطلح آخر هو إعادة تصميم العمل Job Redesign بموجبه يعاد النظـر في تحديـد مضمون ومكونات الأعمال والوظائف (أهدافها ، واجباتها ، خصائصها ...الخ) في المنظمة .

63-Work Rules — قواعد العمل

مرشد تفصيلي يتضمن ما يجب القيام به والإمتناع عنه عند تنفيذ العمل ، وفق قاعدة النهي والأمر وهي نوعان : الأول ويكون مرتبطاً بالسلوك فتوضح السلوك الصحيح من غير الصحيح ، فعبارة ممنوع التدخين مثلاً هي قاعدة سلوكية يجب التقيد بها . والنوع الثاني يكون مرتبطاً بالسياسات والإجراءات فتبين ما يجب القيام به والإمتناع عنه عند تنفيذها . إذاً القواعد لا يجوز تجاوزها أو مخالفتها لا في الأداء ولا في السلوك فالمرونة معدومة فيها . وغالباً ما تكون مقرونة بعقوبات تفرض بحق أو من لم يلتزم بها ، لتكتسب الجدية من قبل العاملين في المنظمة للإلتزام بها .

64-Work-Sample Test — الإختبار عن طريق عينة العمل

يقوم هذا الإختبار على مبدأ التجربة في مجال إختيار أو إنتقاء الموارد البشرية للتوظيف ، بحيث يُختبر المتقدم على عينة فعلية من العمل في الواقع . فعلى سبيل المثال إذا كانت الوظيفة هي مبرمج على الكومبيوتر ، في هذه الحالة يعطى المتقدم بيانات معينة وفعلية من واقع العمل ويطلب منه برمجتها على الحاسب الآلي ، للحكم على مدى قدرته وأهليته للعمل في الوظيفة . وبالتالي يمكن القول أن مادة الإختبار هي عينة فعلية من واقع العمل ذاته .

65-Work Simplification تبسيط العمل

تبسيط الأعمال عمل يتم بموجبه تحليل العناصر التي تتكون منها الأعمال ، وتطبيق مبادىء تحسين العمل عليها ، وتصميم إجراءات أسهل وطرق أفضل للقيام بها . وتحصل التحسينات في أداء العمل نتيجة القضاء على وتجنب الإسراف ما أمكن في الجهد والوقت والإمكانات المادية ، وتحقيق الإستخدام الأمثل لها ، والإستفادة القصوى من العناصر البشرية والمادية المتوفرة لدى المنظمة . إذاً تبسيط الأعمال يعني في الواقع تحقيق ما يلي :

- أداء وإستخدام ما نحتاج إليه فقط لتحقيق الهدف .
- حذف كل ما كان يؤدى ويمكن الإستغناء عنه .
- تجميع الأشياء المطلوبة التي تكون متشابهة أو متعلقة ببعضها ، لتقليل ما يصرف فيها من وقت وجهد ومواد ومكان ، عن ما إذا كانت تؤدى كل على حده في وحدات منفصلة .
- تغيير التسلسل القائم لأداء العمل اللازم ، لتجنب الإزدواج والعودة إلى نفس المكان بعد أداء كل عملية أو خطوة .

بناءً على ما تقدم يمكن القول أن تبسيط العمل هو فن تحقيق الإستخدام الإقتصادي الأمثل للمجهودات البشرية والإمكانات المادية والوقت ، بما يحقق أداء العمل بأسرع وأسهل وأرخص الطرق . وتنشأ الحاجة إلى تبسيط العمل بشكل رئيس إذا ما ثبت تعقيد إجراءات وطرق العمل ، مما يعوق التنفيذ الإقتصادي للعمليات .

66-Work Simulation Test إختبار المحاكاة (التمثيل)

هو أحد الإختبارات المستخدمة في مجالات كثيرة منها مجال عمليات الإختيار والتعيين التي تجري في المنظمات ، فهو من أكثرها شيوعاً وإستخداماً فيها . ويهدف هذا الإختبار إلى كشف صلاحية طالب العمل للتعيين في الوظيفة المتقدم لشغلها ، وبالتالي فهو يعتمد على تجربة أداء طالب العمل للوظيفة المتقدم للتعيين فيها على نموذج عمل مماثل للواقع ، حيث يطلب منه ممارسة أعمال ومهام هي نفسها التي تمارس في الوظيفة على أرض الواقع ، كأن يطلب من ناسخ على جهاز الكومبيوتر نسخ صفحة أو رسم جدول بالإعتماد على برامج الـ Windows ، فإذا نجح في تجربة الأداء كان نجاحه دليلاً على صلاحيته للتعيين في وظيفة ناسخ كومبيوتر . وللحكم على نجاح التجربة وأهليته للتعيين لا بد من إستخدام معايير لتقييم الأداء في التجربة .

67-Work Smarter Not Harder العمل بطريقة أذكى ، وليس العمل بجهد أكثر

مصطلح حديث نسبياً يشير إلى نوعية اليد العاملة المطلوبة للعمل ، فالمطلوب قوة عمل ذكية تعتمد على القدرة الذهنية أكثر من القدرة الجسدية أو العضلية ، لأن طبيعة العمل في المنظمات أصبحت تعتمد على التقنيات الحديثة التي تحتاج إلى جهد ذهني وليس عضلياً .

68-Work Stability — إستقرار العمل

هو أحد مبادئ الإدارة ويقصد به عدم نقل العاملين بشكل متكرر وسريع من عمل لآخر ، لأن الإنسان العامل يحتاج إلى وقت للتدرب على أداء عمله بشكل جيد ، فإذا ما نقل منه بسرعة ، لن تتاح الفرصة له للإستفادة والتعلم والتدرب على تنفيذه ، وبالتالي تقل مقدرته على الأداء بشكل كبير ، وينعكس ذلك سلباً على روحه المعنوية .

69-Work Team-Job Design Approach — مدخل الفريق في تصميم العمل

هو أحد المداخل المستخدمة في تصميم العمل بالمنظمات المعاصرة ، حيث يصمم العمل فيها على أساس جماعي من خلال فرق عمل أعضاؤها متجانسون ، يرأس الفريق قائد هو عضو فيه مثله كمثل باقي الأعضاء ويعمل جنباً إلى جنب معهم لكنه يتميز عنهم بخبرته ومهارته . ويسند للفريق مهمة محددة ويعطى صلاحية كافية ، ويحمل مسؤولية تصميم الإطار التفصيلي للمهمة أو العمل المكلف به ، وتوزيع المهام على أعضائه . وللفريق الحق أيضاً تحديد أسلوب ضبط ورقابة سير العمل ذاتياً ، وجدولة توقيت تنفيذه ، ومسؤولية الأداء مسؤولية جماعية ، لأن قراراته جماعية ، والرقابة الخارجية على عمل الفريق هي رقابة عن بعد ، ويحفز بحوافز جماعية على قدر ما ينجزه ، ويتوجب توفير المناخ المادي المناسب في مكان عمله ، لأداء مهمته بنجاح وفاعلية .

70-Work -Time Forced Flexible — زمن العمل الإجباري المرن

أحد أساليب تنظيم ساعات العمل اليومية في المنظمات ، الذي بموجبه يتم تقسيم هذه الساعات إلى قسمين : الأول إجباري أي على جميع العاملين أن يداوموا في أعمالهم لعدد محدد من ساعات العمل ، والثاني مرن يتيح للعاملين أكثر من بديل ليكملوا به عدد ساعات عملهم الرسمية في المنظمة كما هو موضح في الشكل التالي :

فترة مرنة	فترة إجبارية	فترة غداء	فترة إجبارية	فترة مرنة
7 صباحاً	9 صباحاً	12 ظهراً	13ظهراً	16 مساءً — 18 مساءً

زمن العمل الكلي

يتضح مما تقدم أن المنظمة قد أطالت زمن عملها الرسمي فجعلته /11/ ساعة عمل /6/ ساعات إجبارية وساعتان يمكن للفرد أن يداومهما إما من 7-9 صباحاً أو من الساعة 16-18 مساءً ، كما يمكنه أن يبدأ

دوامه من 7 صباحاً وينتهي الساعة 16 ظهراً ، أو يبدأ /9/ صباحاً وينتهي الساعة /18/ مساءً (بافتراض أن عدد ساعات العمل الرسمية /8/ ساعات عمل وساعة الغداء لا تحسب) .

71-Work Underload — نقص عبء العمل

ويمثل أحد مسببات ضغط العمل على العاملين ، ويقصد به أن حجم ومهام ومسؤوليات وصلاحيات العمل أو المهمة المكلف بها الفرد (مدير ، رئيس ، مرؤوس ...الخ) ، أقل من إمكاناته وطاقاته الفسيولوجية والنفسية ، مما يحدث لديه مللاً وإنعكاساً سلبياً على روحه المعنوية .

72-Workers Day — عيد (يوم) العمال

مناسبة عالمية يحتفل بها العالم في الأول من شهر أيار كل سنة ، وهو يوم عطلة رسمية يحتفل بها عمال العالم بعيدهم السنوي ، وهذه المناسبة هي تقدير للجهود التي يبذلها عمال العالم في المنشآت التي يعملون فيها ، لتوفير حاجات البشر من السلع والخدمات .

73-Workers Strike — إضراب العمال

إمتناع أو رفض العمال مباشرة أعمالهم في المنظمة لفترة زمنية محددة أو مفتوحة أحياناً ، بتوجيه من النقابة العمالية ، بسبب عدم توصلها إلى إتفاق مع إدارة المنظمة (أو الحكومة) حول ظروف الإستخدام كالرواتب والأجور ، ساعات العمل ، التأمين الصحي وغيرها .

74-Working Capital Loan — قرض رأس المال العامل

هو أحد أنواع القروض التي تقدمها المصارف التجارية لمشاريع الأعمال حيث يخصص إستخدامه في العمليات التشغيلية داخل المشروع الذي يمر في مرحلة النمو ، وعادة ما تكون فترته قصيرة الأجل . ويستخدم هذا القرض عادة لشراء المواد ، وفي مصاريف البيع وغيرها . ويمكن القول بأن هذا القرض يساعد المشروع الجديد على إستمرار العمل فيه لحين تحقيقه لتدفقات نقدية .

75-Working Women Dual-Role — الدور المزدوج للنساء العاملات

صفة أطلقت على المرأة العاملة ، حيث وُصفت بأنها تقوم بعملين إثنين في الوقت نفسه خلال حياتها. العمل الأول وتؤديه داخل المنظمة التي تعمل فيها ، وهو عمل مأجور تتقاضى عنه راتباً أو أجراً . أما العمل الثاني فهو غير مأجور ، ويمثل ما تقوم به من أعمال منزلية لخدمة زوجها وأولادها كالطبخ ، والغسيل ، وشراء الحاجيات ، ورعاية الأطفال ...الخ . وهذه الصفة تمثل معاناة المرأة العاملة وما تلاقيه من متاعب في حياتها ، وغالباً يشكل عملها المنزلي ضغطاً تعاني منه في حياتها العملية ، ويؤثر في معظم الأحوال في إنتاجيتها فيه .

76-Workshop Analysis and Scheduling Procedure — إجراء تحليل أعمال الورشة وجدولة إنتاجها

إحدى طرق التحليل الشبكي التي تستخدم الحاسوب ، وتهدف إلى تحديد كمية الإنتاج المثلى التي تستطيع الآلة إنتاجها في الورشة أو المصنع .

77-Workshop Training — ورشة العمل التدريبية

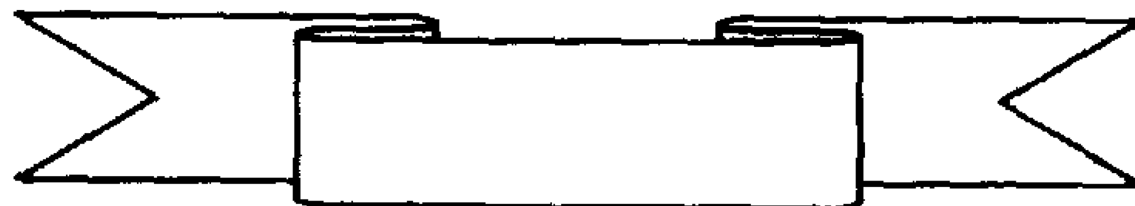
أحد أساليب تدريب المديرين ، بموجبها تُطرح على المديرين المتدربين وهم على مائدة واحدة ، مسألة ما من واقع العمل ، ويطلب منهم دراستها ، ومناقشتها مع بعض ، وتبادل الرأي حيالها ، للوصول إلى فهم عملي مشترك ، وتنحصر مهمة المدرب هنا بالتوجيه فقط .

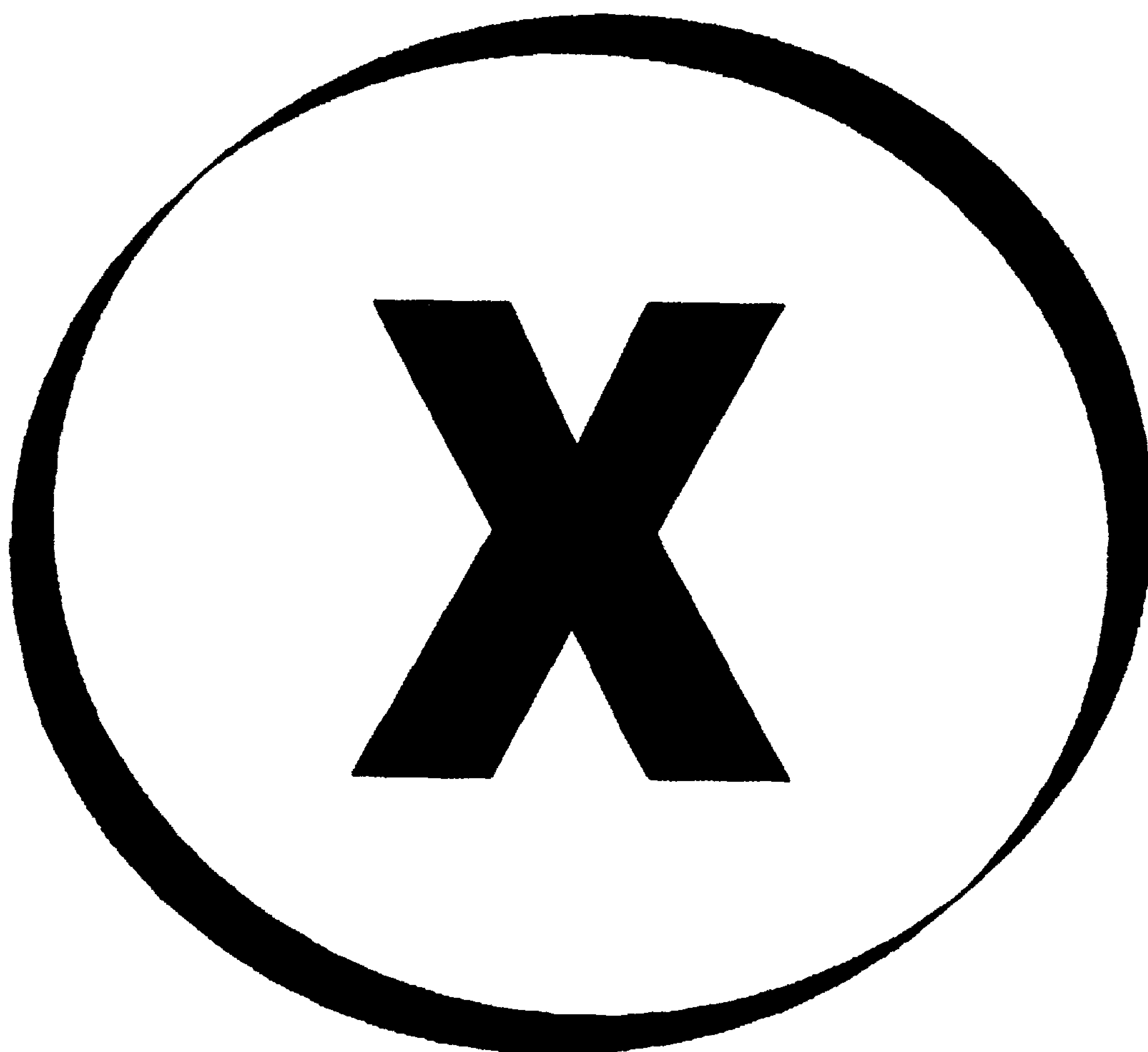
78-World Trade Organization (WTO) — منظمة التجارة العالمية

مقر هذه المنظمة مدينة "جنيف بسويسرا" وتم إحداثها في كانون ثاني يناير /1995/ بعد مناقشات تمت في "الأورجواي" منذ عام /1986/ وحتى عام /1994/ ، وتتألف عضويتها أكثر من /152/ دولة ويزداد هذا العدد . وتعمل المنظمة الدولية على مساعدة المنتجين في الدول الأعضاء ، والمصدرين ، والمستوردين على القيام بأعمالهم بين الدول بشكل سهل وسلس ، أي تسهل التجارة العالمية . إلى جانب ذلك تقوم بحل الخلافات التجارية بين الدول ، ومراقبة سياسات التجارة الدولية ، وتقدم المساعدة الفنية في مجال التجارة العالمية للدول الأعضاء ، وقرارات هذه المنظمة لها صفة الإلزام .

79-Written Communication — الإتصال الكتابي

هو الإتصال الذي يستخدم الحاسب الآلي ، أو ناسخة ، أو قلم وورق ، بالتالي فهو يعتمد على تدوين محتوى أو مضمون الإتصال من المتصل إلى المتصل به . ويشتمل هذا الإتصال على الخطابات ، المذكرات ، التقارير فهي جميعها أمثلة عن الإتصالات المكتوبة التي تستخدم لنقل المعلومات إما إلى أدنى ، أو إلى أعلى ، أو أفقياً داخل المنظمة .

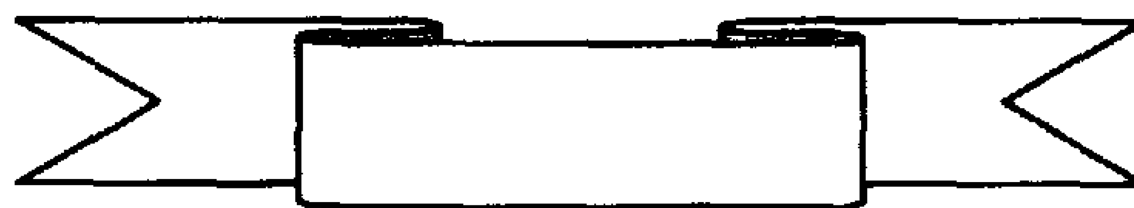



X

1-(X) Theory — نظرية X

وضع هذه النظرية عالم الإدارة الأمريكي " دوجلاس ماكجر يجور Doglas McGregor " صور من خلالها إنتقاده للنظرية الأمريكية الكلاسيكية في الإدارة ، وبشكل خاص في ما يتعلق بمعاملتها ونظرتها للعنصر البشري في العمل ، وعبر عنها بوجهة النظر التقليدية في الرقابة والتوجيه . وتشتمل هذه النظرية على الأفكار التالية :

- إذا لم يكن العمل شيئاً بغيضاً على النفس البشرية ، فإنه على الأقل بالنسبة لها مهمة شاقة مرهقة تُفرض على الفرد العامل الذي عليه أداءها ، حتى يبقى على قيد الحياة ، لأنها توفر له الدخل المالي .
- الإنسان بطبعه كسول ويكره العمل وهذه الكراهية موروثة ، فهو يسعى إلى تجنبه لأنه يحب الراحة .
- بسبب كراهية العمل والكسل من قبل العامل ، ينبغي إذاً قسره وإجباره على العمل .
- يجب السيطرة على الفرد العامل ، وتهديده بالعقاب ، وإصدار الأوامر الصارمة له ، لدفعه إلى بذل الجهد الكافي لإنجاز أهداف العمل .
- الفرد العادي يحب أن ينقاد ولا يقود ، ويميل إلى تجنب المسؤولية ، فطموحاته محدودة ، وكل ما يريده المحافظة على عمله مصدر عيشه ، وهذا الأمر بالنسبة له فوق كل شيء .




Y

1-(Y) Theory — نظرية (Y)

وضع هذه النظرية عالم الإدارة الأمريكي " دوجلاس ماكجر يجور Doglas McGregor " عبر من خلالها عن وجهة نظره في مجال التعامل الصحيح مع العنصر البشري في العمل ، من أجل إحداث التكامل بين أهدافه وأهداف المنظمة التي يعمل فيها . وفي ما يلي أهم وأبرز أفكارها التي جاءت تناقض فروض نظرية (X) التي وضعها هو وصور فيها إنتقاده للنظرية الكلاسيكية الأمريكية في الإدارة :

- الإنسان الطبيعي خلقه الله يحب العمل والنشاط كحبه للعب والراحة .
- الإنسان الطبيعي لا يكره العمل بل يسعى إليه فهو جزء من حياته .
- إذا كان العمل مصدر الرضى ، فإن الفرد يُقدم على العمل من تلقاء نفسه ، أما إذا كان مصدر ضيق فإنه يحاول تجنبه كل ما أمكن ذلك .
- ليست الرقابة الشديدة والتهديد بالعقاب هما الوسيلة الوحيدة لتكريس وبذل جهود الفرد ، فالفرد الذي يشارك في وضع الأهداف ، فسوف يلتزم بها .
- الحوافز المادية ليست هي الأساس ، بل المعنوية أهم منها في كثير من الأحيان .
- الإنسان في ظل ظروف العمل الطبيعية الصحيحة يبحث عن المسؤولية ولا يهرب منها .
- الإنسان في ظل ظروف العمل الطبيعية الصحيحة لديه درجة جيدة من التصور والإبداع .
- إذا لم يستخدم العامل إمكاناته فاللوم لا يقع عليه ، بل على المنظمة التي لم تعرف كيف تفجر هذه الإمكانات ، وتزرع لديه حب الإبداع والإبتكار والعمل بجهد ونشاط .

2-Year-End Profit Dividend — أرباح السنة المالية القابلة للتوزيع

هي الأرباح السنوية التي تحققها المنظمة (الشركات المساهمة بشكل خاص) في نهاية السنة المالية ، والقابلة للتوزيع على المساهمين والعاملين .

3-Yellow-Dog Contract — عقد الكلب الأصفر

وثيقة يوقع عليها الموظف أو العامل عند بداية تعيينه في المنظمة ، يتعهد من خلالها عدم الإنتساب أو الإنضمام إلى النقابة العمالية ، وعدم الإشتراك في أي نشاط من نشاطاتها . هذا الأمر شائع في الدول الصناعية الأوروبية الغربية وبشكل خاص في الولايات المتحدة الأمريكية ، كوسيلة تستخدمها المنظمات للحد من قوة النقابات العمالية ، حيث كلما زاد عدد الأعضاء المنتسبين إليها زادت قوتها .

4-Yes- Sayers Employees — الموظفون الذين يقولون نعم دائماً

هم أحد أنماط المرؤوسين الذين يوجدون في المنظمات بشكل عام والحكومية البيروقراطية بشكل خاص ، فهذا النمط من الموظفين لا رأي ولا شخصية لهم ، فهم يوافقون رئيسهم على كل شيء ، يضحكون إذا

ضحك ، يقولون لا أو نعم إذا قال رئيسهم ذلك ، ويمشون وراءه في أي إتجاه يريده .

5-Yield of Risk **حصيلة (عائد) المجازفة**

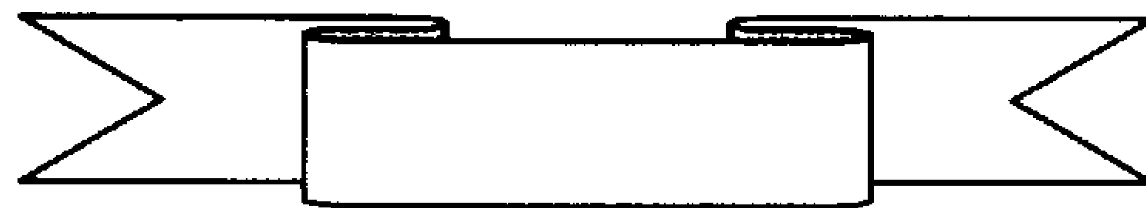
تعبير شائع إستخدامه في مجال الإستثمارات المالية وإتخاذ قرارات الإستثمار، وهو يصف العلاقة بين العائد المتوقع من الإستثمار ودرجة المجازفة أو المخاطرة المصاحبة له ، فالمعروف أن العائد المنخفض يصاحبه درجة مخاطرة قليلة ، في حين أن الإستثمار ذي العائد المرتفع تكون درجة خطورته عالية .

6-Yield Variance **إنحراف العائد**

الإختلاف الحاصل بين العائد المعياري التقديري من المبيعات ، وبين العائد الفعلي المتحقق منها .

7-Youth Employment Policy **سياسة توظيف الشباب**

توجه تتبعه بعض المنظمات الخاصة ، يقضي تفضيل توظيف الشباب من عمر أو سن معين ، لقناعتها أن الشباب هم أكثر حماسة وتفاؤلاً للعمل ، وقادرين على بذل الجهد أكثر من متوسطي العمر والكبار في السن . يُفضل إستخدام هذه السياسة في الأعمال التي تحتاج إلى جهد فسيولوجي كبير ، وخاصة الأعمال الصناعية على خطوط الإنتاج ، وأعمال الصيانة الفنية وما شابهها .



Z

1-(Z) Theory — نظرية (Z) في الإدارة

هي تعديل وتكييف للنظرية اليابانية في الإدارة ، لتطبق خارج بيئتها ، حيث وجد مفكرو الإدارة (الأمريكيون خاصة) ، أن تطبيق هذه النظرية خارج البيئة اليابانية لا يمكن ، ذلك لأنها وليدة هذه البيئة ، حيث تتماشى مع قيمها وعاداتها وتقاليدها . ويعود سبب تسميتها بـــ (Z) إلى ما يلي : صنفت نظريات الإدارة ضمن نظريتين رئيستين هما النظرية الأمريكية ، ورُمز لها بحرف (A) التي تعبر عن نظرية (X) التي وضعها الأمريكي " دوجلاس ماكجريجور Doglas Mc Gregor صور فيها عقم نظرية (X) الأمريكية في إدارة المنظمة والتعامل مع العنصر البشري فيها . والنظرية الثانية هي النظرية اليابانية (J) التي تعبر عن نظرية (Y) التي وضعها ماكجريجور أيضاً ، ليوضح فيها الأسلوب الأفضل في إدارة العمل والعنصر البشري فيه . فإذا أردنا أن نشكل نظرية ثالثة تأخذ النظرية اليابانية (Y) لتعدل وتطبق في البيئة الأمريكية أو أية بيئة أخرى ، سينتج لدينا في هذه الحالة نظرية ثالثة هجين من نظرية (X) و (Y) وهي نظرية (Z) طبقاً للتسلسل الهجائي X ← Y ← Z وفي ما يلي لمحة موجزة عن مفهوم نظرية (Z) :

- المنظمة هي خلية إجتماعية أعضاؤها متعاونون ومترابطون ومتفاعلون .
- يجب تبني إستراتيجية دمج العاملين في المنظمة تعتمد على التحفيز المادي والمعنوي والفكري .
- يجب إعادة تصميم الأعمال من جديد بما يحقق عنصر المرونة والراحة النفسية والإثارة والتحدي في العمل .
- أن تأخذ عملية صنع القرارات الطابع الجماعي .
- تبني أسلوب عمل الفريق في إنجاز الأعمال ، والنظر للمنظمة على أنها فريق عمل كبير مكون من فرق عمل .
- تبني نمط القيادة المرئية الجوالة التي تكون قريبة من المرؤوسين .
- زرع الثقة بالمنظمة لدى العاملين وبين بعضهم بعضاً .
- زرع جو الألفة والمحبة داخل المنظمة .

2-Zenith of Activity — ذروة النشاط

يقصد بها قمة النشاط ، وتعبر عن فترة زمنية من ساعات العمل اليومية ، أو عدد من أيام الأســبوع ، أو عدد من أشهر السنة ، يكون العمل في المنظمة في أوْجِهِ ، حيث تُسخر كافة الإمكانات لهذه الفترة ، لتلبية حاجتها من العاملين ومن مستلزمات العمل ...الخ .

3-Zero-Base Budgeting — الموازنة الصفرية

يقوم مفهوم هذه الموازنة على الأسس التالية :

- تحديد النشاطات الحالية ذات الكفاية والفعالية .

- تحديد النشاطات (المشاريع) ذات الكفاية والفعالية الضعيفة والمتعثرة .
- عزل النشاطات ذات الكفاية والفعالية الضعيفة .
- توجيه موارد المشاريع الضعيفة الكفاية للمشاريع أو النشاطات ذات الفعالية العالية والأكثر إلحاحاً .

4-Zero- Base Forecasting **التنبؤ على أساس الحاضر**

أسلوب يُستخدم في مجالات عمليات التنبؤ بإتجاهات متغيرات بيئة المنظمة الداخلية والبيئة الخارجية ، حيث تعتمد أرقام ومؤشرات المتغيرات الحالية كنقطة إنطلاق ، أو أساساً للتنبؤ بما سيحدث في المستقبل .

5-Zero Coupon Bonds **سندات الخصم**

هي إحدى أنواع السندات التي تُصْدرها الشركات الخاصة ، التي لا تحمل قسائم فائدة (كوبونات) وتصدر بقيمة أقل من قيمتها الإسمية ، حيث يشكل ريعها الفرق بين القيمة المخصومة والتي دفعها فعلياً حاملو السندات عند شرائهم لها ، وقيمتها الإسمية الصادرة بها .

6-Zero Defect **إنعدام العيوب**

معيار جودة مثالي يشير إلى إنتاج دون عيوب ، أو عمل بدون أخطاء ، وهو طموح عالي المستوى للمنظمات تود الوصول إليه ، وهو أحد الشعارات التي تنادي بها إدارة الجودة الشاملة لتحقيق الرضى والسعادة لدى الزبون ، الذي يشتري السلعة وهو مطمئن بأنها خالية من العيوب ، وبالتالي يمكن القول بأن هذا المعيار هو خير دعاية لأية منظمة .

7-Zero Growth of the Market **إنعدام نمو السوق**

حالة يصل فيها السوق إلى حد الإشباع الذي يسمونه بالإغراق ، حيث يكون العرض فيه أكبر بكثير من حجم الطلب ، وبالتالي لا أمل في نمو السوق من جديد .

8-Zero Inventory **المخزون الصفري**

يشتمل هذا المصطلح على مفهومين :

- عدم وجود مخزون سلعي (سلعة منتهية الصنع) في المخازن ، ويمكن تحقيق ذلك إما عن طريق الإنتاج حسب الطلب ، أو تفعيل النشاط التسويقي بشكل كل ما ينتج يباع فوراً للسوق .
- عدم تخزين مواد من أجل التصنيع والإنتاج ، بحيث تصل المواد المشتراة للمصنع فتحول مباشرة إلى خطوط الإنتاج دون تخزين ، وهذا يتطلب تحقيق التوازن الزمني بين زمن الحاجة للمواد وزمن شرائها ووصولها للمصنع . وقد تمكن اليابانيون من تحقيق ذلك من خلال أسلوب سموه Just- in- Time في الوقت المحدد .

9-Zone Freight Rate — معدل سعر الشحن حسب المنطقة

تقوم شركات النقل عادة بتحديد عدة أسعار لنقل البضائع ، حيث يتحدد السعر حسب المنطقة التي يتم منها الشحن . ففي داخل المدينة مثلاً يكون سعر الشحن من المناطق المزدحمة ذات الكثافة المرورية ، أعلى من سعر الشحن من منطقة عكس ذلك . وأيضاً يكون سعر الشحن من منطقة جبلية وعرة أعلى من سعر الشحن من منطقة سهلية وهكذا . يتضح من ذلك أن الناقل ووسائط الشحن واحدة لكن السعر متفاوت من منطقة لأخرى .

10-Zone of Authority Acceptance — منطقة قبول السلطة

" هربرت سيمون Herbert Simon " هو صاحب مفهوم منطقة قبول السلطة ، حيث أشار إليه في نظريته صنع القرارات الإدارية . ويشير هذا المفهوم إلى أن المرؤوس يطيع الأوامر (يقبل السلطة) طالما أنها لم تتعد نقطة أو حد معين يضعه هو بنفسه ، فإذا تجاوزته الأوامر ، فهناك إحتمال كبير بعدم طاعتها وعدم قبول السلطة . وأشار سيمون إلى أن منطقة القبول تتسع وتضيق حسب نوع وشدة العقوبات المقررة للخروج عن السلطة من جهة ، وشخصية الفرد وإمكاناته المعنوية والفسيولوجية من جهة ثانية .

11-Zone of Authority Indifference — منطقة عدم المبالاة بالسلطة

يقصد بالمنطقة هنا الحد (أو الحدود) أو النطاق الذي ضمنه يقبل العاملون في المنظمة السلطة وتنفيذ الأوامر أي إستجابتهم للسلطة ، حيث إذا تخطت السلطة هذه المنطقة أو الحد ، سيؤدي الأمر إلى إنخفاض الروح المعنوية ، وضعف الإنتماء والولاء لديهم ، وإلى حدوث أحد الإحتمالات التالية أو أكثر :

- اللامبالاة وعدم الإكتراث .
- الطاعة عن غير قناعة وإحتمال أن يكون تنفيذ السلطة غير سليم .
- تفعيل التنظيم غير الرسمي لمواجهة تخطي منطقة قبول السلطة .
- تخفيض الأداء للحد المعياري المطلوب .
- ترك المنَظمة والبحث عن فرصة عمل في منظمة أخرى .
- إرتفاع معدل الغياب عن العمل .
- تخريب غير مباشر وغير مرئي لممتلكات المنظمة .
- عدم إستثمار وقت العمل الرسمي .

ونود الإشارة هنا إلى أن بعضهم يترجمون هذا المصطلح بـ : منطقة السواء أو اللامبالاة .

12-Zone Price — سعر المنطقة

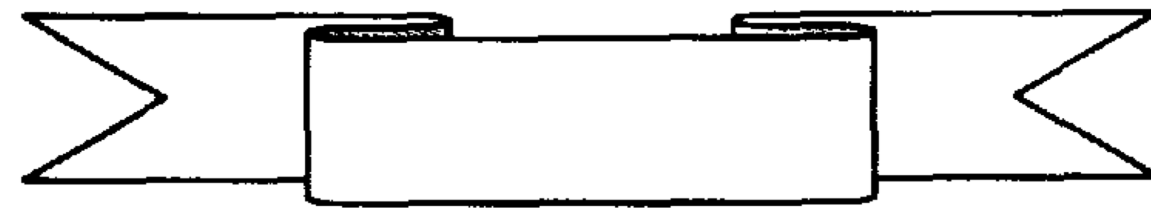
هو سعر السلعة أو الخدمة الموحد الذي تباع به أو تقدم للمستهلكين في منطقة جغرافية معينة أو محددة ، حيث لا يختلف سعر البيع ضمن هذه المنطقة .

13-Zone Pricing — التسعير حسب المنطقة

يشير هذا المصطلح إلى تحديد أكثر من سعر لبيع السلعة (أو تقديم الخدمة) ، حيث يقوم المنتج أو الموزع بتقسيم السوق إلى مناطق جغرافية متعددة ، ويحدد سعر بيع لكل منطقة . فالمناطق الراقية التي يرتادها الأغنياء مثلاً ، تعرض السلعة في محلات فاهرة فيها ديكورات جذابة ويكون السعر مرتفع عن المناطق التي يرتادها الناس المحدودو الدخل ، حيث تباع السلعة في محلات تجارية عادية ، ويكون سعر بيع السلعة أقل .

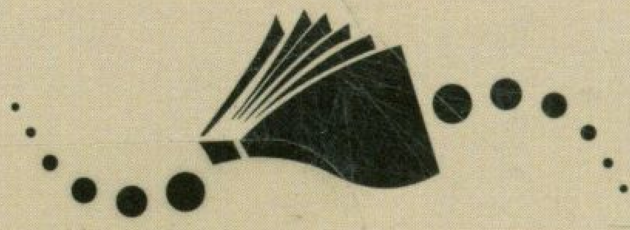
14-Zoning of the Market — تقسيم السوق إلى مناطق

تحديد المناطق التي سيوزع فيها المنتج أو التي ستقدم فيها الخدمة ، ويستخدم هذا التقسيم من قبل المنتج أو من قبل الموزع ، فيحددان المتاجر (أو مراكز الخدمة) التي ستزود بالسلعة من أجل بيعها للمستهلك.

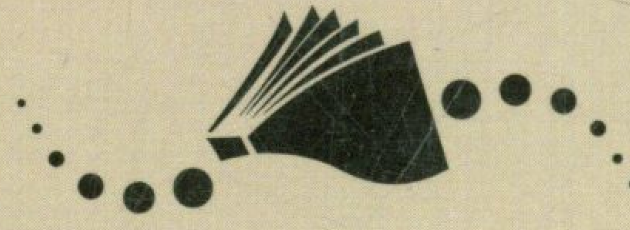


دليل المصطلحات والمفاهيم الأساسية

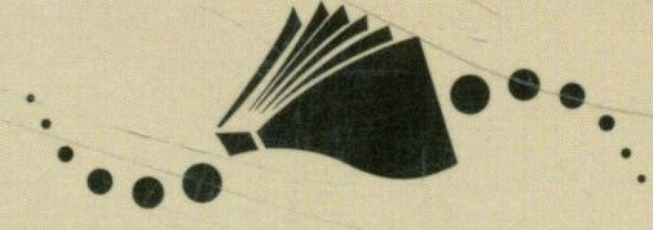
في العلوم الإدارية، المالية والمصرفية، التسويق



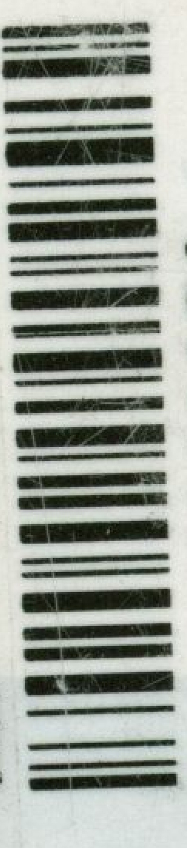
إثراء للنشر و التوزيع
Ithraa Publishing and Distribution
احدى شركات نمو العلمية
www.ithraajo.com
الأردن +962 6 5353616
+962 6 5353696



مكتبة الجامعة
UNIVERSITY BOOK SHOP
احدى شركات نمو العلمية
www.universitybookshop.ae
الشارقة Tel.: +97165453491/2
Fax: +97165453493



المكتبة العلمية
ELMIA BOOK STORES
احدى شركات نمو العلمية
www.alelmia.com
الخبر Tel.: +966 3 8592200
Fax: +966 3 8475800




9 789957 781798